

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ВЫПУСК

Обозрение ДЕЛО

ДЕЛО. Экономическое обозрение.
№4 СЕНТЯБРЬ/2024
ЖУРНАЛ РАССЛЕДОВАНИЙ & РЕЙТИНГОВ

СДЕЛАНО В САМАРЕ
ТОВАРЫ, СОБЫТИЯ, ЛЮДИ.
КАКИЕ САМАРСКИЕ БРЕНДЫ
СТАЛИ СИМВОЛАМИ РЕГИОНА

РАСКРОИТЬ ХОХЛОВА
КАК САМАРСКИЙ ВЛАДЕЛЕЦ
СЕТИ LIMÉ НАКРОИЛ 21 МЛРД
В ГОД НА ОПУСТЕВШЕМ
ФЭШН-РЫНКЕ РОССИИ

РАКЕТНОЕ ТОПЛИВО
САМАРСКИЕ
ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ
БРЕНДЫ: КТО САМЫЙ
УЗНАВАЕМЫЙ НА
МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ

УРОЖАЙНЫЙ СЕЗОН
ОТ ЗЕРНА ДО ВИНОГРАДА
ЧТО ПРОДАЮТ ПОД
РЕГИОНАЛЬНЫМИ БРЕНДАМИ
САМАРСКИЕ ВЛАДЕЛЬЦЫ
АГРОПРОИЗВОДСТВ

ЗДОРОВЫЙ ИНТЕРЕС
БРЕНДЫ, КОТОРЫЕ ЛЕЧАТ:
ОТ ФАРМИНДУСТРИИ
ДО КРУПНЕЙШИХ КЛИНИК



ЗНАК КАЧЕСТВА: КАКИЕ БРЕНДЫ И КАК ПРОДВИГАЮТ
САМАРСКУЮ ОБЛАСТЬ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ



Самарские бренды

- 4 Сделано в Самаре**
Предприятия, товары, события, локации, люди – какие самарские бренды стали символами региона на федеральном и международном уровнях
- 6 Ракетное топливо**
Космос, автомобили, большая химия – самарские индустриальные бренды. Кто и как продвигает регион на международных рынках
- 10 Фирменный стиль**
Одна из старейших самарских страховых компаний – ОСК успешно развивается, расширяет филиальную сеть и снова вошла в топ-30 самых надежных страховщиков России
- 14 Кроют по-самарски**
Самарское предприятие с почти 100-летней историей «Мягкая кровля» наращивает объемы производства и увеличивает географию поставок в страны СНГ
- 16 От идеи до машины**
ЦБПО «Транснефть-Приволга» совершенствует систему поставок оборудования предприятиям нефтегазовой отрасли
- 18 Продвигают университет «космически»**
Бренд Самарского университета им. Королева известен не только на региональном, но также на федеральном и международном уровнях
- 19 Связующее звено**
Как самарская компания с 70-летней историей «ПМК-402» стала одним из крупнейших в стране строителей сооружений связи
- 20 Урожайный сезон**
От зерна до винограда: что продают под региональными брендами самарские владельцы агропроизводств
- 22 Растить, возрождать, развивать**
Собственное высококачественное сырье, экспертные исследования, родные отечественные бренды: как санкционное давление сделало самарский завод «Балтика» сильнее
- 24 Здоровый интерес**
Бренды, которые лечат: от фарминдустрии до крупнейших клиник
- 26 Технологии и компетенции**
Что делает Самарскую городскую клиническую больницу №1 им. Н.И. Пирогова флагманом региональной медицины
- 28 Сохраняя традиции самарской высшей школы медицинского образования**
Медицинский университет «Реавиз» стал лучшим негосударственным вузом России по результатам подведения итогов международного рейтинга «Три миссии университета-2023»
- 30 Пить, есть и помнить**
Рестораны и пекарни, хлеб и соусы, молоко и колбасы: как накормить и напоить по-самарски
- 34 PRO-корма**
Под брендом Самарского комбикормового завода налажено единственное в регионе масштабное производство комбикормов
- 36 Незабываемые**
Под какими самарскими брендами продаются самые яркие впечатления
- 38 За рулем — во всеоружии**
Тренинг-центр «Самара» учит водителей справляться с нестандартными ситуациями на дороге
- 40 Это всё — «Акрон». Это «Акрон»**
Тольяттинский клуб пишет новую главу в истории профессионального футбола
- 46 Раскрыть Хохлова**
Как самарский владелец сети брендовых магазинов ЦИМЕ Дмитрий Хохлов накроил 21 млрд в год на опустевшем фэшн-рынке России

ДЕЛО. Экономическое обозрение №4 (905), СЕНТЯБРЬ (30.09.2024)
ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ
МЕДИАГРУППЫ
«САМАРСКОГО ОБОЗРЕНИЯ»
ШЕФ-РЕДАКТОР
А.Н. Гаврюшенко

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

В.О. Петрова
e-mail: vittop31@mail.ru

НАД ВЫПУСКОМ РАБОТАЛИ:

Надежда Галимуллина

ФОТОИЛЛЮСТРАЦИИ:

Игорь Горшков
Михаил Новоселов

ДИЗАЙНЕР

Виталий Севастьянов

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ:

НАЧАЛЬНИК
Марина Деева
E-mail: deevamg@mail.ru
тел.: 334-69-23,
342-50-26, 342-50-27

МЕНЕДЖЕРЫ:

Людмила Казадаева
Надежда Погорелова
Елена Третьякова

УЧРЕДИТЕЛЬ

ООО «Печатное дело»

ИЗДАТЕЛЬ

ООО «Печатное дело»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР

Алексей Смирнов

Издается с 1992 года.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

443086, Самарская область,
г. Самара, ул. Ерошевского, 3,
литер СЗ, офис 516.

АДРЕС ИЗДАТЕЛЯ:

443086, Самарская область,
г. Самара, ул. Ерошевского, 3,
литер СЗ, офис 516.

Телефоны: (846) 334-59-21,
342-50-27.

Факс (846) 342-50-26

E-mail: sekret@63media.ru

Интернет-портал

<https://oboz.info/delo/>

Зарегистрировано в Управлении
Федеральной службы по надзору
в сфере связи, информационных
технологий и массовых
коммуникаций
по Самарской области.
Свидетельство о регистрации
СМИ ПИ №ТУ 63-00527

Тираж 7 000 экз.

Отпечатано в типографии
ООО «Полиграфия»
(443022, г. Самара, Заводское
шоссе, 18, корп. 3М)

Сдано в печать 23.09.2024
Дата выхода в свет 30.09.2024

Цена свободная

САМАРСКОЕ Обозрение

Распространяется совместно
с общественно-политической
газетой «Самарское обозрение»
по подписчикам «СО» и в розницу
через киоски ОАО «Роспечать»,
ЗАО «Печать», торговые сети
и частных распространителей

Подписной индекс:

— для юридических лиц — П6200
— для индивидуальных
подписчиков — П4318

САМАРСКИЕ

БРЕНДЫ

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

Журнал «ДЕЛО» совместно с порталом OVOZ.INFO представляет новый масштабный проект, посвященный десяткам брендов, родившихся в Самарской области

Под стеклом

СДЕЛАНО В САМАРЕ

ПРЕДПРИЯТИЯ, ТОВАРЫ, СОБЫТИЯ, ЛОКАЦИИ,
ЛЮДИ — КАКИЕ САМАРСКИЕ БРЕНДЫ СТАЛИ
СИМВОЛАМИ РЕГИОНА НА ФЕДЕРАЛЬНОМ
И МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЯХ

Журнал «ДЕЛО» совместно с порталом OVOZ.INFO представляет новый масштабный проект, посвященный десяткам брендов, родившихся в Самарской области, под которыми компании, организации, объединения, товары, услуги, фестивали, традиции стали востребованными не только в регионе, но и за его пределами. Некоторые из них известны с советских времен, многие стали символами нового времени.


В Самарской области на протяжении многих лет предпринимаются попытки объединить региональные бренды под зонтичным-условным «Сделано в Самаре». В 2018 году свет увидел специально созданный бренд «Самарский продукт»/«Сделано в Самарской области». Использовать известный логотип с изображением Самарской Луки на зеленом сердце может бизнес, чье производство нахо-

дится на территории региона, получив разрешение властей.

Участников программы «Самарский продукт» в регионе более 300 в разных сферах: от сыроваров до производителей сельхозтехники. Только за 2023 год, по информации пресс-службы правительства Самарской области, было выдано 46 свидетельств о присвоении товарам соответствующей символики. В первом полугодии 2024 года — еще 29.

В региональном центре «Мой бизнес» самарские бренды продвигают на ярмарках, фестивалях и путем создания сайтов-визиток. Однако единой платформы, на которой любой желающий может узнать, что именно истинно самарского в Самарской области можно увидеть, надеть, съесть, куда сходить, увезти домой в подарок родным — до сих пор не существовало.

Сегодня «ДЕЛО», старейший аналитический журнал Самарской области с 30-летней историей, под брендом которого с 1992 года публикуются очерки о самых успешных людях, аналитические материалы, рейтинги и обзоры, совместно с электронным федеральным СМИ «Обозрение», работающим под узнаваемым брендом OVOZ.INFO, создает новую единую, постоянно пополняющуюся энциклопедию — «Самарские бренды».

Какие самарские бренды принесут своим владельцам многомиллионные, а то и миллиардные прибыли, являются действенным инструментом роста капитализации бизнеса местных предпринимателей и создают привлекательный имидж региона в целом? Расскажет «ДЕЛО» совместно с OVOZ.INFO. 

— Надежда Галимуллина

УЧАСТНИКОВ ПРОГРАММЫ
«САМАРСКИЙ ПРОДУКТ»
В РЕГИОНЕ — БОЛЕЕ 300



6

Промышленность
РАКЕТНОЕ
ТОПЛИВО

30

Производство
ПИТЬ, ЕСТЬ,
ПОМНИТЬ

36

Туриндустрия
НЕЗАБЫВАЕМЫЕ



Фото: «Самарское обозрение»



Промышленность

РАКЕТНОЕ ТОПЛИВО

**КОСМОС, АВТОМОБИЛИ,
БОЛЬШАЯ ХИМИЯ — САМАРСКИЕ
ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ.
КТО И КАК ПРОДВИГАЕТ РЕГИОН
НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ**

Марки, знакомые каждому школьнику России, и логотипы, ставшие своего рода знаком качества для профессионалов узких отраслей, работающих на других континентах. Производственные гиганты Самарской области продвигают продукцию под своими брендами на самых разных мировых рынках. Конечно, среди них есть самые узнаваемые.

ЕДУТ ДАЛЕКО

Бренд LADA тольяттинского автогиганта АвтоВАЗ можно назвать самым известным в регионе. Он узнаваем далеко за границами России.

Известный логотип, белоснежная ладья, стал вторым в истории предприятия. Первые автомобили сходили с конвейера завода под лаконичным «ВАЗ». Однако в 1970 году, когда стало ясно, что глобальный советский проект нуждается в более эффектном представлении, сотрудник столичного подразделения предприятия Александр Декаленков, по легенде, сделавший набросок в обычной школьной тетради на собственной кухне, создал самый мощный бренд Куйбышевской, а затем и Самарской области.

Ладья одновременно представляла собой стилизованную букву «В», «ВАЗ» и символизировала движение и связь с главной транспортной артерией от древности до наших дней — рекой Волгой.

Важной вехой в становлении бренда автомобилей LADA можно назвать 2011 год, когда начертания наименования моделей были переведены из кириллицы в латиницу. Впрочем, на тот момент глава предприятия Владимир Каданников относился к новомодным переменам скептически, считая, что самые меткие названия продукции дает народ, например «копейка» (первая модель завода — ВАЗ-2101) и «зубило» (серия первых моделей «девяток»). Эта позиция тоже имеет право на существование: продукция АвтоВАЗа — «народные» автомобили — стала символом целых эпох — советской и российской, и даже знаковым символом поп-культуры: от «вишневой девятки» до «Лада»-седан, бакажан».

«В 2023 году АО «АвтоВАЗ» поставило 6,5 тыс. автомобилей LADA на экспорт в Азербайджан, Армению, Белоруссию, Казахстан, Киргизию, Узбекистан, Южную Осетию. Компания видит перспективы для развития отношений с Ираном и Турцией, ведет переговоры с ОАЭ, Оманом и Сирией. Также имеется потенциал в отношении

ДОСТУП К ДЕНЬГАМ

За последние годы финансовый сектор региона существенно ужался — банки, страховые и инвестиционные компании поглощались другими игроками, лишались лицензий, и того разнообразия самарских финансовых брендов, что было еще десять лет назад, уже нет.

Тем не менее и до сих пор маркетологи не без ностальгии вспоминают весьма успешные всероссийские промокампании крупных самарских банков, сумевших создать узнаваемые самарские бренды в сфере банкинга.

Среди самых ярких, например, было продвижение Газбанка с узнаваемым, пожалуй, и сегодня рекламным персонажем «Габа». Слоган «Габа — умная девочка, Габа ходит в Газбанк» тогда стал первым околофинансовым мемом. Сейчас, когда эпоха региональных банков закончилась, о легенде самарского брендинга напоминает бывший офис кредитной организации — он до сих пор окрашен в цвета своего символа — розово-желтый.

«Вычурная страусиха утрировала язык тех, кто искал деньги на то, чтобы тоже встро-



Фото: «Самарское обозрение»

иться в формирующийся гламур и перестать покупать псевдобрендовые шмотки, стоя на картонке на Кировском вещевом, — вспоминает в беседе с «ДЕЛОМ» член Российской ассоциации по связям с общественностью, кандидат психологических наук Владимир Громов. — Яркость, нарочитая нелепость, наивность и самоуверенность Габы были мемными. Габа стала одной из первых коучих — наставниц показного потребления для детей и взрослых. Ее экспертность была так велика, что однажды мультиязычная птица даже вызвала критику за то, что не пристегнулась за рулем машины в одном из роликов».

як со странами Африки, в Юго-Восточной Азии — с Вьетнамом», — рассказывают «ДЕЛУ» в пресс-службе правительства Самарской области.

ВЗЛЕТАЮТ ВЫСОКО

«Самара космическая» — надписи на майках и сувенирных кружках, название деловых форумов и музейных экспозиций. Этот бренд областная столица получила благодаря предприятию РКЦ «Прогресс».

РКЦ «Прогресс» — один из самых крупных «бриллиантов» в «короне» самарских индустриальных брендов. Один из лидеров мировой космической отрасли, создающий ракеты-носители под известным всему миру именем «Союз», ведет не самую активную маркетинговую политику в силу специфики производства и многих лет закрытого «режимного» существования в советские годы.

Сегодня для всего мира это, конечно, прежде всего, бренд «Роскосмос», но Самара по праву гордится, что это промышленное предприятие стало частью ее культурного кода в самоидентификации как центра ракетостроения. «Прогресс» мог бы стать, безусловно, еще более открытым и ориентированным на узнаваемость брендом региона.

Потенциал тут огромный: достаточно вспомнить промокампании NASA, которое активно развивает для туристов всего мира экскурсионные программы в свои косми-

ческие центры и на ракетные заводы.

И если на запуск ракет с космодромов России давно на коммерческой основе может попасть любой желающий, то посмотреть на работу самарского предприятия отрасли, как, впрочем, и многих других знаковых заводов региона, зачастую могут лишь школьники в рамках учебных экскурсий. Туристических маршрутов по местам трудовой славы катастрофически не хватает.

Однако какое «продвижение» сравнится с тем, что логотип предприятия красуется на ракетах, которые десятки раз в год отправляются в космос?

ПО МОЛЕКУЛАМ

«На грани фантастики» — так прокомментировали в студии Артемия Лебедева одну из версий сайта сызранского завода «Тяжмаш», которую, впрочем, сами и сделали. Корпоративный портал от «дизайнера всея Руси» давно сменился новым. Но машиностроительный завод явно не пренебрегает модным форматом самопрезентации. Хотя сейчас в новостях компании с более чем 80-летней историей в основном размещается информация о сделках и поставках продукции. Она достаточно специфична: «Тяжмаш» производит оборудование для горнодобывающего комплекса, АЭС и ГЭС, космодромов и радиолокационных комплексов. В 2023 году предприятие нарастило выручку на

Один из немногих сохранившихся региональных финансовых брендов создал самарский бизнесмен, а с 2021 года федеральный политик, избранный депутатом Государственной думы от фракции ЛДПР Владимир Кошелев. Он сделал брендом собственную фамилию. Кредитная организация Кошелев-Банк — до сих пор на рынке. Банк стал «дополнением» к основному — девелоперскому — бизнесу Владимира Кошелева. Его масштабный «Кошелев-Проект» по строительству дешевого жилья стал знаковым для бизнесмена, хотя и снижал неоднозначную репутацию как пример современных «человейников».

Другой масштабный строительный проект Самарской области — микрорайон Южный город продвигается под еще одним известным региональным брендом компании «Древо» семьи девелопера Николая Чудаева. Его капитал, кстати, начинал создаваться под еще одним известным с советских времен самарским брендом — косметической фабрики «Весна», выпускающей мыло и шампуни. **D**

14,9%, до 25,7 млрд рублей, а прибыль на 254,8%, до 3,5 млрд рублей.

Еще один тольяттинский гигант — компания «КуйбышевАзот» выбрала своим символом молекулу азота в обрамлении листьев, а еще в советские времена завод называли «фабрикой плодородия». Серьезную часть бизнеса предприятия составляет производство удобрений, хотя и не ограничивается ими. Также в активе предприятия — производство капролактама, полиамида, промышленных газов.

«Продукция «КуйбышевАзота» присутствует в предметах, окружающих нас ежедневно. От деталей машин до одежды и предметов быта. Жизнь современного человека уже нельзя представить без продуктов переработки капролактама и полиамида. Они находят свое применение в самых разных отраслях экономики — от строительной индустрии, электротехники и автомобилестроения до медицины, легкой и пищевой промышленности», — объяснили в правительстве Самарской области.

Продукция под брендом КуАЗа, по данным компании, реализуется практически по всему миру, в странах СНГ и Азии, в Европе, Латинской Америке и в Африке, имеются производственные площадки в Индии и Китае. Прошедший 2023 год оказался для «КуйбышевАзота» не самым удачным. Выручка упала на 20%, до 73,5 млрд рублей, а прибыль на 41,9%, до 17,2 млрд рублей. **D**

— Надежда Галимуллина

ВРЕМЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Директор Премиального дополнительного офиса «Площадь Славы»
Инвестиционного Банка Синара Ирина Афанасьева
рассказала об актуальных стратегиях инвестирования



Как за последние два года изменилась инвестиционная среда, насколько подходящее сегодня время

для инвестиций и какие инструменты смогут защитить и приумножить средства инвесторов в новых условиях? Рассказываем в интервью с Ириной Афанасьевой.

— Как давно Инвестбанк Синара работает в Самаре?

— Банк Синара работает на рынке более 30 лет. До 2021 года он был известен под брендом СКБ-Банк. Вместе с ребрендингом в 2021 году Группа Синара запустила новые направления работы, в том числе и инвестиционное — так возник Инвестиционный Банк Синара, который уже три года работает в Самаре.

— Расскажите подробнее о вашей команде.

— В первую очередь хочу отметить беспрецедентно квалифицированный коллектив. Средний опыт работы на финансовом рынке специалистов составляет 19 лет. Я работаю на фондовом рынке с 1996 года. Самый «молодой» сотрудник в коллективе наращивал компетенции на протяжении 11 лет. Мы много лет работали в другой компании и в прошлом году единой командой влились в Инвестиционный Банк Синара. Теперь наш опыт помогает проводить оценку рынка и событий в интересах клиентов Банка.

— Какие услуги вы оказываете для частных и корпоративных клиентов?

— Мы предлагаем разные услуги, они всегда персонализированы как для корпоративных, так и для частных клиентов. Среди востребованных у корпоративных клиентов услуг — размещение денежных и оборотных средств. У частных клиентов пользуется популярностью услуга «Персональный брокер».

— Могли бы вы подробнее рассказать об услуге «Персональный брокер»?

— Клиент получает персональные рекомендации по инвестированию. Их готовит профессиональный брокер с большим опытом работы на финансовых рынках. В своих рекомендациях брокер учитывает цели и предпочтения инвестора, его отношение к риску, а также ориентируется на аналитику банка. Брокер закрепляется за инвестором, все его рекомендации клиент может обсудить с консультантом очно или онлайн через личный кабинет. Главная задача брокера — помочь клиенту достичь инвестиционных целей и донести до него все плюсы и минусы каждой инвестиционной рекомендации. Важно, что в этой услуге инвестор самостоятельно принимает инвестиционные решения, ни одна сделка не может быть проведена без его поручения.

— Какие клиенты чаще обращаются за этой услугой?

— Эта услуга интересна всем, кто заинтересован в максимальной результативности инвестиционной деятельности. И всем, кто желает быть осведомленным о происходящих на рынках изменениях, не имея достаточно свободного времени для самостоятельного отслеживания трендов. Услуга хороша тем, что она позволяет экономить личное время, фактически делегируя поиск и анализ инвестиционных идей профессионалам.

— Сегодня действительно сложное время. Насколько оно вообще подходящее для инвестиций?

— Сегодня нам всем стоит вспомнить Льюиса Кэрролла. Он говорил, что нужно бежать со всех ног, чтобы только оставаться на месте, а чтобы куда-то попасть, надо бежать как минимум вдвое быстрее. Мы живем в условиях высоких ставок и высокой инфляции — на рынке все меняется очень быстро. Для сбережения средств нужно принимать эффективные и быстрые решения. В нынешних условиях инвестировать просто необходимо. Но чтобы был адекватный результат, важно подбирать правильный портфель.

— Какими трендами на рынке стоит руководствоваться инвестору, подбирая портфель?

— Когда инвестор говорит о работе на рынке 10 и более лет и о том, что он способен во всем разобраться самостоятельно, вскрывается важный нюанс: скорее всего, этот инвестор работал в условиях низких ставок. Сейчас все очень изменилось — мы живем в длинном периоде высоких ставок и высокой инфляции. Такая ситуация требует от инвестора другого подхода к принятию решений, других инструментов.

Так, 2023 год принес инструмент, который защищает от постоянного повышения ставок — облигации с переменным купоном. Отмечу, что в середине 2023 года персональные брокеры нашего банка начали предлагать включать в портфель этот инструмент, что помогло защитить средства клиентов от постоянного повышения ставки.

Купон по этим облигациям зависит от ключевой ставки Центрального банка — при повышении ключевой ставки повышается и ставка купона. К примеру, если вы купили облигации с купоном 16% сегодня, а завтра Центральный банк поднял ставку, то размер купона автоматически увеличится в соответствии с условиями выпуска облигаций.

— Существует ли идеальный инструмент инвестирования? Какой-то универсальный успешный кейс, как разместить 3 миллиона рублей?

— В данном случае я скажу так: не существует идеального кейса. Чтобы разместить 3 миллиона рублей, важно четко понимать цели клиента, который размещает средства. У каждого клиента они свои. Кто-то хочет инвестировать вдолгую, а кому-то деньги понадобятся через месяц. Кто-то выбирает минимально рискованные инструменты, а кто-то придерживается агрессивной стратегии, готов рисковать для получения максимума доходов. Если говорить про консервативный подход, в настоящий момент ему соответствует наличие в портфеле облигаций с переменным купоном.

— Что еще вы можете посоветовать тем частным клиентам, которые сами пытаются инвестировать?



— Я посоветую клиенту прийти в Инвестбанк Синара и воспользоваться опытом и компетенциями профессионалов. Если такой возможности нет, посоветую уделять внимание изучению не только самих инструментов инвестирования, но и макроэкономики. Это сложная область, но для принятия взвешенного инвестиционного решения разбираться в глобальных тенденциях рынка и хорошо понимать, что происходит вовне, просто необходимо. Как это можно сделать? Следить за новостями, постоянно изучать аналитику. Инвестиции — комплексный процесс. Основное кредо нашего инвестиционного банка — очень внимательный подход к оценке финансового рынка и к подбору инструментов инвестирования. Информация, которую мы предлагаем нашим кли-

ентам, помогает им принимать взвешенные решения и инвестировать средства выгодно.

— Раньше были популярны инвестиции в валюту. Вы можете оценить эффективность таких инвестиций в современных условиях?

— В связи с санкциями, которые были наложены на МосБиржу, ликвидность этих инструментов, естественно, упала. Надо понимать, что валютный рынок претерпел значительные изменения. Тем, кто хочет инвестировать в валюту, можно предложить рассмотреть такие квазивалютные инструменты, как облигации, привязанные к курсу валюты. Есть и другие инструменты, которые тоже зависят от курса валюты, но все расчеты по ним происходят в рублях. Они решают задачи, которые

инвесторы ставят перед собой, и снижают инфраструктурные риски, которые сейчас существуют.

— Можно ли дать прогноз того, что будет в ближайшее время с рублем?

— По мнению аналитиков Банка, ожидаем на ближайшие три месяца курс в пределах 88-93 рубля за доллар. Отметим, что 2023 и 2024 годы действительно внесли на фондовый рынок много принципиально новых трендов и продуктов. Даже термины новые появились. Они связаны с тем, что фондовый рынок России восстанавливается.

Например, к нам пришли такие термины, как редомициляция и замещение еврооблигаций. Редомициляция — это смена страны юрисдикции компании, посредством которой сейчас происходит возвращение компаний в Россию или другую дружественную страну из недружественных юрисдикций. Замещение облигаций — это процесс, когда инвестор взамен закупаемой еврооблигации может получить выпущенные по российскому праву и обращающиеся внутри российской инфраструктуры облигации.

Рынок обновляется, появляется много нюансов, которые важно рассказывать и объяснять клиентам. Все эти процессы открывают новые возможности для инвестиций и решения задач инвесторов. □

— Марина Ярцева

Инвестиционный Банк Синара, Инвестбанк Синара — товарные знаки, под которыми АО Банк Синара* оказывает инвестиционные услуги. *Универсальная лицензия ЦБ РФ №705 от 01.04.2024. Лицензии ФСФР профессионального участника рынка ценных бумаг на осуществление брокерской деятельности №065-08840-100000 от 12.01.2006 и на осуществление дилерской деятельности №065-08844-010000 от 12.01.2006. Лицензия Банка России профессионального участника на рынке ценных бумаг на осуществление депозитарной деятельности №065-14099-000100 от 19.08.2021. Зарегистрирован в Реестре Банка России в качестве инвестиционного советника за номером 123.

Под услугой «Персональный брокер» в настоящем материале понимаются услуги в рамках Соглашения об оказании услуг по инвестиционному консультированию и консалтинговых услуг по инвестированию в альтернативные инструменты (Приложение №7 к Регламенту оказания услуг на финансовых рынках АО Банк Синара). Подробнее об услугах и тарифах АО Банк Синара можно узнать на сайте www.sinara.ru.

АО Банк Синара не обещает и не гарантирует эффективности работы (доходности вложений) на финансовом рынке. Операции с финансовыми инструментами связаны с риском. Результат инвестирования в прошлом не определяет дохода в будущем.

Финансы&Страхование

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

ОДНА ИЗ СТАРЕЙШИХ САМАРСКИХ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ — ОСК УСПЕШНО РАЗВИВАЕТСЯ, РАСШИРЯЕТ ФИЛИАЛЬНУЮ СЕТЬ И СНОВА ВОШЛА В ТОП-30 САМЫХ НАДЕЖНЫХ СТРАХОВЩИКОВ РОССИИ

Объединенная страховая компания» работает на рынке уже 34 года. ОСК первой из самарских страховых компаний вышла на федеральный уровень и продолжает экспансию в регионах. В 2024 году в компании произошла смена акционеров. Как изменилась структура портфеля ОСК после этого, а что в работе страховщика осталось неизменным? Что в целом сегодня происходит с бизнесом ОСК и по какому пути идет развитие компании, «ДЕЛУ» рассказал президент АО «ОСК» Андрей Раздьяконов.

— Весной 2024 года сменились акционеры. Ощущаете ли перемены?

— Да, основным акционером «Объединенной страховой компании» является инвестиционная группа «Инсайт» — частная инвестиционная компания, осуществляющая прямые инвестиции и управление активами в России и странах СНГ. В ИГ «Инсайт» также входят лизинговые компании, сервис по прокату автомобилей и операционному лизингу и бизнес-центр в центре Москвы.

Сейчас участие акционеров в жизни Компании направлено на привлечение новых партнеров, корпоративных клиентов, что, бесспорно, явилось

230

тыс.
ДЕЙСТВУЮЩИХ
ДОГОВОРОВ
С ФИЗЛИЦАМИ
В ПОРТФЕЛЕ ОСК

дополнительным стимулом к развитию страхования юридических лиц.

— Какова сейчас структура портфеля ОСК? Какие направления для развития были выбраны?

— Мы исторически придерживаемся концепции универсальной страховой компании. На сегодняшний день основные сборы Компании приходятся на сегмент ритейла, однако корпоративное направление получает новый виток развития. У нас более 230 тысяч действующих договоров с физлицами и более 34 тысяч договоров с организациями.

Прикладываем усилия к развитию именно страхования юридических лиц. Не так давно был создан и усилен высокопрофессиональными кадрами Департамент корпоративных продаж ОСК, который объединил несколько подразделений для синергии, что способствовало повышению качества и оперативности обслуживания.

Корпоративные клиенты в ОСК обслуживаются по классу VIP, который гарантирует персональный менеджмент, всестороннюю помощь и индивидуальные тарифы.

Вообще говоря, за 34 года работы у ОСК сформировался свой фирменный подход к осуществлению страховой деятельности: классическое страхование, консервативный андеррайтинг и выполнение взятых на себя обязательств.

— ОСК последние несколько лет активно развивает филиальную сеть и сейчас присутствует в большинстве крупнейших российских регионов. Вы позиционируете свою компанию как регионального или федерального страховщика?

— «Объединенная страховая компания» — старейший самарский страховщик, еще в 2009 году вы-

ОСК ПРОДОЛЖАЕТ ОТКРЫВАТЬ НОВЫЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ В РЕГИОНАХ РОССИИ

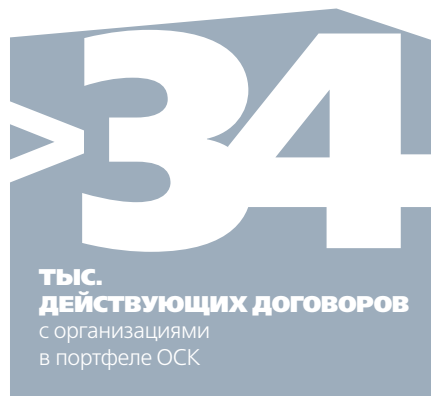


КЛАССИЧЕСКОЕ СТРАХОВАНИЕ

Так определил подход к страхованию АО «ОСК» его президент Андрей Раздьяконов

шедший на федеральный уровень. В крупнейших регионах России: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани и других присутствуют подразделения ОСК, которые успешно оказывают страховые услуги уже более 15 лет. Мы и в сегодняшних реалиях открываем новые подразделения, при этом входим в топ-30 самых надежных страховщиков России, демонстрируем высокую финансовую устойчивость, успешно цифровизируем бизнес-процессы и при этом сохраняем роскошь индивидуального подхода и живого общения со своим клиентом.

Мы стараемся видеть людей за бизнесом, думать о них, понимаем, что в 100% случаев к страховщику клиенты приходят с «простыми человеческими проблемами», бедами, страхами и опасениями и любому клиенту нужно обычное живое общение. И дать его может только агент! Тот, кто и погово-



рит, и посоветует, и напомнит, и поздравит, и урегулировщикам позвонит. Многие компании, и у нас в стране, и в мире, экспериментировали с отказом от развития агентских сетей, и ничего хорошего у них не получилось. Мы стараемся развивать все эффективные каналы продаж, но агентский канал был и остается основным.

— Какие преимущества самарскому страхователю дает происхождение Компании?

— В «домашнем» регионе у нас очень высокая доступность услуг для страхователей, семь подразделений: в Самаре, Тольятти и Сызрани с широкими полномочиями для заключения договоров и урегулирования убытков. Попробуйте в филиале «столичной» федеральной компании быстро решить какой-либо нестандартный вопрос — этого не получится, вы погрязнете в бесконечных согласованиях ответа с головным офисом: все потому, что на местах попросту нет необходимых полномочий. А все ведущие специалисты ОСК находятся здесь, в Самаре, так же, как и Центр принятия решений, и ответ на любой страховой вопрос будет оперативно найден в прямом контакте клиентов с людьми, которые отвечают за процесс и несут за него ответственность. Так работать, безусловно, сложнее. Легче — по инструкциям, спущенным сверху. Но разница на выходе колоссальная. Сравните сами товар, сделанный вручную по вашим меркам, с товаром массового потребления.

— Как вы оцениваете эффективность работы ОСК?

— В ОСК сложился пул постоянных клиентов (физических и юридических лиц) и наблюдается крайне низкий их отток. Ведущие предприятия губернии обслуживаются в ОСК десятилетиями, подтверждая тот факт, что нам доверяют, что с нами выгодно и удобно. Ведь мы смогли обеспечить оптимальное соотношение цены и качества наших страховых продуктов и предоставлять нашим партнерам действительно уверенную страховую защиту. Из года в год повышаем качество обслуживания, создаем дополнительные условия для гибкого индивидуального подхода на всех этапах взаимодействия от формирования тарифа до урегулирования убытка в случае его наступления. И это постоянство клиентской базы — лучшее практическое доказательство надежности и устойчивости страховщика. А финансовая надежность страховщика подтверждается рейтинговым агентством «Эксперт РА» присвоением рейтинга на уровне ruA с позитивным прогнозом. **D**

— Марина Ярцева

МАСТЕРСТВО ДЛЯ ЖИЗНИ

Как хранители древнего мастерства, участники новокуйбышевской «Кузнечной артели «Вакула», создают символы знаковых мест по всей России — от Самары до Крыма и Дагестана



Константин Юрин, руководитель «Кузнечной артели «Вакула», лауреат множества профессиональных

премий и конкурсов, обладатель престижной национальной награды «Бизнес-Успех» — человек в Новокуйбышевске известный, пользующийся уважением. Вот уже 19 лет он и его единомышленники-мастера работают не только над произведениями искусства для частных коллекций, но и над благоустройством мест притяжения городов Самарской области и других регионов нашей страны.

За эти годы кузнечная артель превратилась в арт-лабораторию, где трудится команда из десяти самарских мастеров, в том числе приглашенные специалисты из Санкт-Петербурга, Кургана, Ульяновска, Оренбургской области. «Вакула» ра-



Фото: «Кузнечная артель «Вакула»



Фото: «Кузнечная артель «Вакула»

ботает теперь не только с металлом, но и с камнем, деревом, стеклом. Константин Юрин и его артель «Вакула» стали узнаваемым брендом региона на федеральном уровне. Кто не заглядывал через кованое окно со ставнями во двор самарской ГРЭС или не любовался на дом с рыцарем, проходя по Ленинградскому спуску? Многие сделали фото на лавке под фонарем, держащим зонтик, у Дворца бракосочетаний, в Загородном парке или парке Гагарина в Самаре. Все это проекты «Вакулы». Еще до реставрации Дачи Головкина (Дом со слонами) по соседству встречают ворота со слонами.

Для людей

«Кузнечная артель «Вакула» поддерживается некоммерческой организацией Фондом

«АВЕГА», руководителем которого является Константин Юрин. Артель зародилась в Самарской области, в Новокуйбышевске в 2005 году.

Все начиналось с одной походной кузни, которая кочевала по фестивалям и ярмаркам в городах и поселках Самарской области и других регионов России. Константин Юрин и другие художники давали мастер-классы кузнечного дела, проводили увлекательные экскурсии.

Отметим, что кузнецы продолжают участвовать в региональных культурных событиях, в социальной жизни Самарской области. Так, мастера с теплотой говорят об участии в работе творческого лагеря «Дружба» Хворостянского района. При этом мастер-классы на фестивалях выросли в постоянное



Фото: «Кузнечная артель «Вакула»



Фото: «Кузнечная артель «Вакула»



сотрудничество с вузами и ссузами Самарской области.

Арт-лаборатория принимает на практику студентов кафедры художественной обработки металла СамГТУ. Давно налажено сотрудничество с Самарским художественным училищем.

Кузня быстро росла. Коллектив «Вакулы» создавал предметы интерьера, мебель, входные «козырьки», ворота, калитки, ограждение, балконы, перила, ограды, флюгеры, оконные решетки и многое другое. Теперь кроме частных мастера артели сотрудничают с корпоративными и государственными заказчиками.

Мощности расположившейся на территории бывшей трикотажной фабрики в Новокуйбышевске «Кузнечной артели «Вакула» позволяют реализовывать самые амбициозные проекты.

Для России

Известны работы под брендом «Вакула» и в других регионах России. В Ульяновске в парках города установлены сказочные скульптуры Бабы-яги, Царь-самовара, Петушка, Царя на троне.

В 2019 году в Симферополе установили арт-объект, который показывает астрономическое время: солнечные часы «Время



Крыма», выполненные в виде 10-метровой кованой карты России. Коллективное произведение кузнецов со всей России было установлено в городе ко Дню народного единства, став впечатляющим символом единения. «Кузнечная артель «Вакула» представляла Самарскую область.

В 2023-м в Дагестане кузнецы «Вакулы» установили памятный знак «Самая южная точка России».

Однако едва ли не самое большое число работ кузнецов «Вакулы», от миниатюрных до фундаментальных, можно увидеть в Новокуйбышевске.

Для родного города

Самой узнаваемой работой артели в Новокуйбышевске, пожалуй, стала Триумфальная арка. «Это и самая большая по объему работа, которую нужно было сделать в кратчайшие сроки, всего за четыре месяца. Поэтому пришлось привлекать иногородних специалистов. Практически три кузни объединились в одну, чтобы уложиться в сроки», — рассказывает Юрин.

На барельефах арки отображены главные вехи в жизни Новокуйбышевска: и труд первых строителей города, и подвиг тружеников тыла во время Великой Отечественной войны, и Великая Победа.

Команда Юрина оформляла Мемориальный комплекс, посвященный событиям Гражданской войны, в Липягах, Аллею Спортсменов у стадиона «Нефтяник» в Новокуйбышевске, пространство у городского ЗАГСа, «Золушку» у художественной галереи «Виктория». В 2023 году, к 50-летию фестиваля, в городе открылся Бардовский сквер им. Валерия Грушина с работами и участием «Вакулы».

«Есть у нас идея оформления сквера «Слава труду». Хотели бы сделать что-то похожее на Триумфальную арку, увековечить трудовой подвиг первостроителей и нефтепереработчиков. Для парка «Патриот-Солдатский лес» у нас была



Комментарий



КОНСТАНТИН ЮРИН,

руководитель
«Кузнечной артели
«Вакула»

ДЛЯ САМАРЫ И ОБЛАСТИ

Нам оказывают доверие многие архитекторы, дизайнеры, строители, художники. Общественные пространства «Вакула» как украшает, так и создает, что называется, под ключ. Комплексное благоустройство территорий мы провели в Чапаевске. Настоящей достопримечательностью в селе Богатое стал герб Банка Российской империи на фасаде здания старинного элеватора.

Ко дню 170-летия Самарской губернии в Загородном парке и в парке имени Гагарина в Самаре мы выполнили лавки «Фонарь с зонтом», а на набережной — «диван» с памятной надписью.

В последние годы мы на практике, можно сказать, возрождаем так называемый самарский модерн в металле. В столице губернии можно встретить уже несколько наших работ: ворота, балконы, навесы и козырьки. Совместно с Агентством социокультурных технологий в 2020 году была организована выставка «Его величество Модерн», посвященная архитектуре старой Самары.

идея — это стилизованная землянка, причем вандалоустойчивая. Туда можно было бы зайти, побыть там, сделать фото. Есть у нас макет скульптурной композиции, посвященной преемственности поколений: времен Великой Отечественной войны и СВО. Два персонажа — дед и внук», — полны новых идей Константин Юрин и художники «Кузнечной артели «Вакула».

Кузнечная артель



artvakula.ru

Самарская обл.,
г. Новокуйбышевск,
ул. Полевая, д. 3, стр. 2
(территория бывшей
трикотажной фабрики)

Тел. +7 927 601-55-32

Тел. +7 939 701-08-48

(Viber, WhatsApp)

E-mail: artvakula@inbox.ru

КРОЮТ ПО-САМАРСКИ

Самарское предприятие с почти 100-летней историей «Мягкая кровля» наращивает объемы производства и увеличивает географию поставок в страны СНГ

Расположенный в поселке Толевый в Самаре завод «Мягкая кровля» — одно из ведущих российских предприятий

по производству рулонных кровельных и гидроизоляционных материалов. Со дня запуска в эксплуатацию в 1932 году завод прошел долгий путь прогресса и продолжает развиваться, выпуская современные инновационные кровельные материалы, которые широко используют в гражданском и промышленном строительстве.

По данным официального сайта предприятия, «Мягкая кровля» принимает участие в подрядных торгах и конкурсах, проводимых Министерством обороны РФ, ПАО «Газпром», ПАО «Сургутнефтегаз».

В сложные времена антироссийских санкций «Мягкая кровля» продолжает наращивать экспорт продукции за рубеж и запускать новые линии производства.

Молодая страна

Строительство в Самаре толерубероидного завода на берегу реки Самары, по нечетной стороне Пятого проезда (ныне — улица Авроры), стало одной из главных стро-



Фото: «Мягкая кровля»

ек первой пятилетки. Решение о начале строительства толево-рубероидного комбината и бумажной фабрики для производства толевого картона было принято в 1929 году Высшим советом народного хозяйства (ВСНХ).

Завод был рассчитан на 900 тыс. кусков толя и 600 тыс. кусков рубероида. Его планировалось полностью механизировать и оборудовать по последнему слову техники. Новое производство было призвано удовлетворить потребности в кровельных

материалах. Замысел был полностью реализован. К 1935 году Самарский толерубероидный завод стал поставщиком 40% мягкой кровли в молодой стране.

В годы Великой Отечественной войны многие рабочие толерубероидного завода отправились на фронт защищать нашу страну с оружием в руках. Однако предприятие продолжало работать. На самарских тружеников завода была возложена задача обеспечения Советской армии картонными коробками для противопехотных мин: упакованные мины было сложнее обнаружить миноискателем. Кроме того, заводчане продолжали выпускать и кровельные материалы.

Встретив Великую Победу 1945 года, коллектив толевого завода вместе со всей страной трудился над восстановлением экономики измотанной войной страны. К середине 1950-х годов завод значительно вырос и провел серьезную модернизацию. Изменились рольное отделение, картоноделательный цех, ремонтно-механический цех, склад сырья, склад готовой продукции. Наладили новую систему транспортировки продукции, обновили автомобильный парк и многие другие цеха и службы предприятия.

К началу перестройки завод подошел процветающим предприятием. Однако уже в



Фото: «Мягкая кровля»



Фото: «Мягкая кровля»



Фото: «Мягкая кровля»



Фото: «Мягкая кровля»



1990 году на куйбышевском заводе, под давлением мейнстриму, руководство провело собственную перестройку, реорганизовав толевый в государственное кооперативное предприятие «Мягкая кровля».

В 1991-м прошла реорганизация в ОАО. Акции были размыты среди множества работников, чиновников и даже сотрудников иногородних предприятий – партнеров «Мягкой кровли». Завод работал в основном по бартеру. В 1993 году прошла еще одна реорганизация – «Мягкая кровля» стала ЗАО. В начале 2000-х на заводе провели ребрендинг и началась активная кампания по расширению рынков сбыта. Рулонные, кровельные и гидроизоляционные материалы, армированная кровля под новой маркой «Армокров» потекли из Самары в Пензу, Тюмень, Башкирию, Санкт-Петербург и Москву.

Новые материалы

В начале нулевых годов «Мягкая кровля» запустила линию по производству теплоизоляционных материалов из пенополистирола. Мощность оборудования составила, по данным завода, 50 тыс. куб. м в месяц.

В то же время на заводе активно реализовывалась программа модернизации производства. Обновлялось конвертерное отделение, благодаря чему снизились вредные выбросы и улучшилось качество выпускаемой продукции.

Все это позволило «Мягкой кровле» выйти на зарубежные рынки. Так, в 2013 году экспорт в страны ближнего зарубежья составил 30% от общего объема поставок завода «Мягкая кровля».

Любопытно, что к этому времени в Самарской области «Мягкая кровля» практически перестала продавать продукцию. Владельцы самарского предприятия переключились на другие российские регионы и ближнее зарубежье. Ставка была сделана на Казахстан. Однако в конце 2013 года был запрещен экспорт битума в Казахстан. «Мягкая кровля» искала новые рынки сбыта, одновременно налаживая производство новой продукции.

С 2015 года ассортимент активно расширяется битумно-полимерными продуктами. Эти высокотехнологичные продукты пользуются высоким спросом у потребителя за счет своих качеств. Их использование значительно оптимизирует качество готовой кровли, гарантирует простоту ее укладки, увеличивает срок службы, что особенно важно при строительстве жилых домов. Реагируя на высокий спрос, «Мягкая кровля» увеличила за последние 10 лет производство модифицированных наплавляемых продуктов с 2% до 50%.

«Дополнительным стимулом переоснащения производства стало введение санкций против России. То, что поначалу казалось проблемой, открыло новое окно возможностей. Например, договор с отечественным поставщиком о закупке оборудования для нового участка производства битумных мастик и праймеров был подписан только в прошлом году, но уже в мае 2024 года закончились работы по наладке оборудования. Иностранцы поставщики такой объем работ выполняли за два года», – уверен главный инженер «Мягкой кровли» Артем Моисеев.

Из-под давления

В 2019 году «Мягкая кровля» стала объектом интереса иностранных инвесторов. По данным официального сайта предприятия, «в 2020 году АО R.W.T. SA., акционером которой является группа компаний Sorrema, выкупила 100% акций АО «Мягкая кровля» для строительства нового производственного объекта (производственное здание площадью более 7 тыс. кв. метров на существующих площадях предприятий), в котором планировалось установить итальянское оборудование для производства гидроизоляционных материалов премиум-класса». Как сообщали в «Мягкой кровле», Sorrema планировала инвестировать в новый проект порядка 1 млрд рублей.

После введения в 2022 году, в том числе Францией, антироссийских санкций дальнейшая судьба французских инвестиций в «Мягкую кровлю» и участие Sorrema в бизнесе российской компании оказались под вопросом. Осенью 2023 года в выписке ЕГРЮЛ появилась информация, что в качестве 100-процентного владельца самарского завода выступило R.W.T. SA., зарегистрированное в Люксембурге.

Дальше – больше

Тем временем, как рассказал «ДЕЛУ» Артем Моисеев, в последние десять лет на заводе произошел качественный скачок в организации производственного процесса. Из года в год улучшались технологии, инфраструктура предприятия, условия труда рабочих и инженеров, совершенствовались логистика процессов.

В 2023 году на заводе ввели в эксплуатацию новый цех по производству жидких битумных материалов, сейчас имеется возможность выпуска трех видов оригинального самарского праймера и пяти видов мастик для различного применения. Предприятие продолжает производить традиционные кровельные материалы на картонной основе: рубероид РКП-350, РКК-350, рубемаст, пергамин, а также наплавляемые кровельные материалы – «Армокров», кровельный и коробочный картон. Кроме того, завод производит битумы нефтяные строительные, а также битумные мастики и праймеры.

С 2023 года изделия завода успешно поставляются в Казахстан, Таджикистан, Узбекистан, Белоруссию, Киргизию, Армению и Грузию. **D**

ОТ ИДЕИ ДО МАШИНЫ

ЦБПО «Транснефть-Приволга» совершенствует систему поставок оборудования предприятиям нефтегазовой отрасли



АО «Транснефть — Приволга» — предприятие с 70-летней историей. С 1953 года компания выполняет

задачи по транспортировке нефти. За десятилетия работы предприятие сумело выстроить вокруг своего имени прочный ассоциативный ряд: надежность, безопасность и эффективность.

На поток

Важным звеном в структуре компании стала Центральная база производственного обслуживания «Транснефть — Приволга» (ЦБПО «Транснефть — Приволга»). Новокуйбышевское предприятие отвечает за снабжение дочерних организаций компании «Транснефть» оборудованием и комплектующими для нефтепроводов, резервуаров, а также техникой для защиты окружающей среды при авариях.

ЦБПО в том числе самостоятельно разрабатывает, внедряет в производство технику и комплектующие, которые впоследствии разъезжаются по многочисленным подразделениям «Транснефти». В активе завода семь производствен-



Фото: АО «Транснефть — Приволга»

ных корпусов, складских помещений и площадок для проверки и испытаний продукции. Площадь корпусов превышает 8 тыс. кв. м, территория завода — 6 га, а на 1 сентября в штате предприятия было 226 человек.

«Волжанка»

За последние годы количество наименований выпускаемой продукции ЦБПО выросло почти в два с полови-

ной раза, с 123 видов в 2018 году до 286 в 2024-м. В числе номенклатурных позиций — гибкие трубопроводы, ледорезные установки, устройства для дистанционной вырезки отверстий, сборно-разборные трубопроводы и многое другое.

Гордостью завода и одним из ключевых продуктов стала машина для безогневой резки труб МРТ «Волжанка-4». «Это наш бренд, полностью спроектированный и внедренный в производство ЦБПО «Транснефть — Приволга». Она позволяет производить вырезку катушек трубопроводов с применением фрез, что повышает безопасность использования в условиях близости горючих веществ. Аппарат отличается устойчивостью к изменениям погоды — он способен стабильно функционировать при экстремально низких температурах до -60°C , а также до $+40^{\circ}\text{C}$. Также машина создавалась как максимально универсальная, она подходит для резки труб диаметром от 219 до 1420 мм», — рассказывает директор ЦБПО «Транснефть — Приволга» Александр Кононенко.



Фото: АО «Транснефть — Приволга»



Дополнительным плюсом стало то, что работа с машиной производится без присутствия человека непосредственно рядом с местом, где идут работы. Оператор стоит за пультом, дистанционно управляя механизмом. Соответственно, он не подвергается опасности в момент разгерметизации трубы.

Модель постоянно совершенствуется в соответствии с отзывами пользователей. Среди последних нововведений, в частности, улучшенная система охлаждения аппарата, а также установлена двурядная цепь вместо однорядной, что дает преимущество более надежной фиксации машины на трубе.

Дело каждого

ЦБПО «Транснефть – Приволга» сумела выстроить работу так, что внедрение инноваций, усовершенствование продукции и процесса производства – дело каждого сотрудника. Предприятие приветствует и поощряет инициативы и рацпредложения работников, оперативно внедряет их в жизнь.

В немалой степени этому содействует запуск корпоративной системы развития «Транснефти» «Оптимум» в 2022 году. ЦБПО «Транснефть – Приволга» вошла в число пяти площадок группы, где она была опробована. Теперь, когда

опыт в том числе новокуйбышевской площадки был признан успешным, он будет транслироваться на все подразделения «Транснефти».

«Это полноценная корпоративная культура, направленная на улучшение трудовых процессов, поддержание высоких производственных показателей, снижение риска травматизма и производственных потерь. Однако ключевая идея системы развития «Оптимум» – внимание к сотрудникам и их мнению. Мы должны прислушиваться к ним, поощрять в них инициативность и неравнодушие к трудовым процессам», – объясняет Александр Кононенко. Особенностью работы ЦБПО «Транснефть – Приволга» является ее производственная мобильность. При широком перечне выпускаемой номенклатуры ее список не фиксирован. Предприятие должно выпускать продукцию не только «по плану», а в зависимости от потребности организаций системы «Транснефти». Они же могут очень быстро меняться, а ЦБПО, соответственно, необходимо практически мгновенно переоборудоваться под новые задачи.

Оперативные изменения

Оптимизация процессов при таком темпе работы становится залогом

успешного выполнения заказа коллег. И зачастую, как это сделать, хорошо чувствуют именно те, кто стоит у станка. Речь может идти о предложениях любого уровня – от лучшей организации рабочего места, внедрения новой системы расстановки инструментов или используемой в работе техники до усовершенствования моделей продукции.

Даже малые изменения имеют эффект, если сотрудник на том или ином этапе тратит чуть меньше времени, ему элементарно удобнее и комфортнее работать, по совокупности факторов это дает серьезный бонус на всех этапах разработки, производства и отгрузки продукции.

Система работает не для галочки, и предложения не ложатся в долгий ящик. Простые решения могут вводиться в практику одним днем.

В качестве примера изменений, внесенных в производственные процессы с подачи работников, Александр Кононенко приводит модернизацию пресс-форм, предназначенных для изготовления резинотехнических комплектующих, используемых в том числе для создания МРТ «Волжанка-4».

«Цех по производству резинотехнических изделий сам по себе является эталонным, там мы проводили глобальную работу по оптимизации процессов. Работа цеха завязана на использовании металлических пресс-форм. Они достаточно тяжелые, а основная часть сотрудников, которым приходится ими пользоваться – женщины. Так что мы произвели обточку пресс-форм, облегчив их массу, вследствие чего работать с ними стало проще. Кроме того, были установлены специальные прессы, позволяющие раскрывать эти формы, ранее это делалось с помощью молотка», – говорит он.

Жизнеспособность подхода подтверждает статистика. За последнее время сотрудниками ЦБПО было внесено более 100 рацпредложений. Из них менее трети было отбраковано, а 36 уже реализовано.

В ближайшее время воплотятся в жизнь еще 37 инициатив, находящихся в процессе реализации, и также будут работать на общее дело – обеспечение надежным оборудованием нефтяников и газовиков «Транснефти». **D**



ПРОДВИГАЮТ УНИВЕРСИТЕТ «КОСМИЧЕСКИ»

Бренд Самарского университета им. Королева известен не только на региональном, но также на федеральном и международном уровнях



По данным мониторинговой системы «СКАН-Интерфакс», за 2023 год в СМИ вышло более 15 тысяч материалов с упоминанием бренда

Самарского университета. А совокупная аудитория шести официальных площадок вуза в социальных сетях сегодня составляет 49 618 подписчиков, что почти на 10 тысяч больше, чем в прошлом году. Такое внимание университет привлекает не только своими разработками и образовательными программами, но и тем, как его сотрудники умеют о них рассказывать. Многим уже полюбились интересные подкасты на темы космоса, психологии, истории, литературы: «Открытый космос», «Очень личное», «История на переломе», «Инженеры человеческих душ», «Языковая среда», «Мышки, атомы и мы». Аудитория этих подкастов достигла 18 705 человек. Активно комментируют различные темы публикаций и эфиров представители вуза. Так, за прошедший год 160 сотрудников, преподавателей и ученых университета выступили экспертами в своей профессиональной сфере.

Из terra incognita – в ведущий вуз страны

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева сегодня – передовой научно-образовательный центр в сфере аэрокосмических исследований и технологий. Также вуз реализует образовательные и исследовательские программы в различных областях естественных и социально-гуманитарных наук, экономики и правопедения.

«Всего 10 лет назад он был terra incognita. Университет не присутствовал ни в одном из ключевых мировых рейтингов образовательных учреждений. И это несмотря на то, что в российской аэрокосмической отрасли и в оборонно-промышленном комплексе страны вуз котировался высоко – и как школа инженерных кадров, и как авторитетный исследовательский центр», – подчеркивают в пресс-службе вуза.

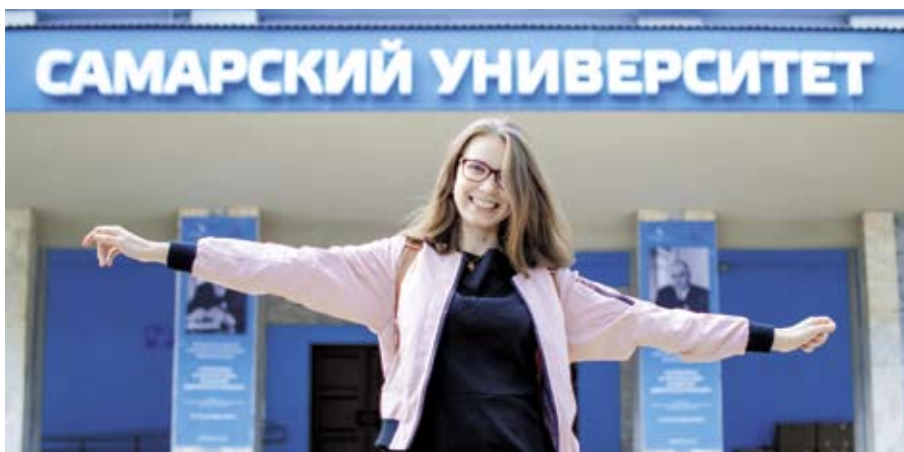


Фото: Самарский университет им. Королева

ДЕРЖАТ ПЛАНКУ

Положение Самарского университета им. Королева в рейтингах

- » 44-е место в топ-100 лучших вузов России по данным рейтингового агентства RAEX
- » 31-е место в рейтинге лучших предпринимательских вузов страны по версии аналитического центра «Эксперт»
- » 21-30-е место в рейтинге изобретательской активности российских университетов по данным центра «Эксперт»
- » 15-е место в рейтинге Исследовательского центра SuperJob по уровню зарплат молодых специалистов, занятых в IT-отрасли
- » Также университет вошел в топ-20 лучших вузов страны по десяти предметным рейтингам агентства RAEX, в том числе находится на 3-м месте по направлению «Авиационная и ракетно-космическая техника»

Источник – данные вуза

Вехи становления

Авиационный институт, ставший ядром нынешнего Самарского университета им. Королева, открылся в Самаре (тогда – Куйбышев) в октябре 1942 года. 22 февраля 1966 года Куйбышевскому авиационному институту при-

своено имя академика С.П. Королева. В 1967 году КуАИ был награжден орденом Трудового Красного Знамени. В сентябре 1969 года открылся Самарский (тогда – Куйбышевский) государственный университет (СамГУ). Участие в конце 2013 года в конкурсе на право войти в программу повышения конкурентоспособности университетов России среди ведущих мировых научно-образовательных центров («Проект 5-100») стало поворотной точкой в развитии университета. 22 июня 2015 года Минобрнауки РФ издало приказ о реорганизации СГАУ и СамГУ путем присоединения госуниверситета к аэрокосмическому в качестве структурного подразделения. 6 апреля 2016 года объединенный вуз был официально переименован в «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева».

Участие в «Проекте 5-100» позволило Самарскому университету им. Королева переосмыслить стратегию своего развития и переориентировать работу на то, чтобы продвигать свои образовательные программы и результаты исследований не только на региональном, но также на федеральном и международном уровнях. Это потребовало смены позиционирования, создания нового объединяющего смысла и ребрендинга университета, выраженных в концепции «Космос для жизни». Системная работа позволила вузу закрепиться в мировых университетских рейтингах. □



Фото: Самарский университет им. Королева

СВЯЗУЮЩЕЕ ЗВЕНО

Как самарская компания с 70-летней историей «ПМК-402» стала одним из крупнейших в стране строителей сооружений связи



Самарское предприятие АО «Передвижная механизированная колонна-402» под управлением Олега Иванова уже давно обладает узнаваемым брендом на российском рынке.

«В строительный сезон мы прокладываем до тысячи километров оптоволоконных линий связи. С 2006 года мы вышли на рынок строительства других видов транспортной среды, таких как прокладка микротрубок, с инсталляцией микрокабеля. Строим переходы под автотрассами, железными дорогами, водными преградами», — рассказывает Олег Иванов «ДЕЛУ».

Родом из Куйбышева

Компания «ПМК-402» зародилась еще в Советском Союзе в 1951 году. Тогда было организовано Куйбышевское строительно-монтажное управление радиофикации (СМУР). Его основными видами деятельности были строительство и монтаж радиоузлов и радиотрансляционных сетей.

Спустя 15 лет СМУР переименовали в Строительно-монтажное управление №402 с подчинением тресту «Связьстрой-4», расположенному в столице соседней Татарии Казани. Задачи обновленной организации значительно расширились. Теперь специалисты СМУР были наделены функциями строительства средств связи.

В 1971 году предприятие ликвидировали, а на его базе создали Передвижную механизированную колонну-402 (ПМК-402) на правах правопреемника с подчинением казанскому Государственному специализированному тресту «Связьстрой-4». ПМК-402 уже была призвана строить и монтировать сооружения и объекты связи.

В начале 2000-х годов предприятие акционировали. С тех пор компания АО «ПМК-402» работает для самого широкого пула заказчиков, выполняя сложнейшие задачи, а во главе компании стоит Олег Иванов.

Под ключ

Богатый опыт компании позволяет оказывать услуги проектирования, строительства и дальнейшего технического надзора реализуемых проектов.

Специалисты ПМК-402 осуществляют предпроектные изыскания, проектируют линейные объекты связи.

Строит ПМК-402 и ВОЛС, и переходы различными методами. Компания проводит также техническое обслуживание и аудит.

Особой гордостью компании «ПМК-402» является наличие специализированной техники для решения уникальных технических задач.

Например, при помощи комплексов горизонтально-направленного бурения с тяговым усилием 100 тонн были построены переходы через реку Маньч (1200 м), через Волго-Донское водохранилище в г. Калаче-на-Дону (1300 м).

ПМК-402 располагает комплексами по инсталляции и монтажу микрокабеля. С их использованием было проведено проектирование и строительство ВОЛС «г. Самара — с. Красный Яр». Инсталляция 4 микротрубок диаметром 10 мм в защитную полиэтиленовую трубку



Фото: «Самарское обозрение»

диаметром 50 мм с последующей инсталляцией микроВОК емкостью 72 оптических волокна.

Авторитет и перспективы

Конечно, не без гордости в компании рассказывают и о своих заказчиках. Профессионалам ПМК-402 доверяют и государственные, и частные клиенты.

Во второй половине 90-х годов компания принимала участие в строительстве волоконно-оптической линии связи для транзита трафика из Европы в Азию.

Среди крупных клиентов компании «Ростелеком», «Волгателеком», «Связьтранснефть» и многие другие. Только для одного из крупнейших операторов мобильной связи «МегаФона» компания «ПМК-402» построила почти 4 тыс. км волоконно-оптических линий связи.

В 2010-2011 годах ПМК-402 приняла активное участие в реализации проектов по устройству системы обнаружения утечек и контроля активности на объектах «Транснефти» на таких трубопроводных системах, как НПС «Пур-Пе» — НПС «Самотлор», «Балтийская трубопроводная система-2».

Останавливаться на достигнутом в компании не принято. «Мы постоянно наращиваем компетенции, — говорит Олег Иванов, — внедряем новые технологии, добиваясь все большего дополнительного обеспечения надежности и качества работы наших объектов».

Производство

УРОЖАЙНЫЙ СЕЗОН

ОТ ЗЕРНА ДО ВИНОГРАДА: ЧТО ПРОДАЮТ ПОД РЕГИОНАЛЬНЫМИ БРЕНДАМИ САМАРСКИЕ ВЛАДЕЛЬЦЫ АГРОПРОИЗВОДСТВ

Самая северная винодельня страны находится в Самаре и поставляет вино даже жителям южного Краснодарского края. Самарская область давно торгует не только зерном. Однако не все, что растут на самарских сельхозугодьях, получает свой собственный бренд. Кто смог сделать самарскую муку, овощи, грибы и ягоды узнаваемыми?

ПО ЗЕРНЫШКУ

Группа «Синко» Эдуарда Мнацаканяна далеко ушла от своих корней. В 1991 году «Самарская инновационная компания» разрабатывала и производила радиоэлектронику и лазерную технику, но известность приобрела совсем в других сферах. Флагманским направлением можно назвать агробизнес под брендом «Зерно жизни», с растениеводческими, семеноводческими, мукомольными, садоводческими и животноводческими предприятиями и сетью элеваторов, выпускающими продукцию под собственными торговыми марками. Также в активе группы сеть медицинских клиник под брендом «Медгарт», а книголюбам известны холдинг по сети книжных магазинов «Метида».

Солидным самарским агробрендом стала компания «Нива» Александра Меженина. «Миллиардер из народа» в родной Утевке выращивал свиней днем и таксовал ночью, а те-

перь стал бенефициаром крупного производства по переработке семян подсолнечника и изготовлению растительного масла. В активе компании бренды «Наше солнце» и «Землячка щедрая». В 2023 году выручка «Нивы» выросла на 7,5%, до 8,6 млрд, а прибыль на 131% — до 1,85 млрд рублей.

Фирменная упаковка «под гжель» «Алексеевской муки» знакома не только самарцам. Под известным брендом работает одно из крупнейших предприятий мукомольной отрасли — «Самарские мельницы», основанное в Кинельском районе агробизнесменами Александром Воловым и Андреем Ивановым. По итогам 2023 года компания снизила выручку на 16,8%, до 1,7 млрд рублей. Прибыль увеличилась на 19,5%, до почти 40 млн рублей.



**ЭДУАРД МНАЦАКАНЯН
РАЗВИВАЕТ ПУЛ
САМАРСКИХ БРЕНДОВ**

ВИТАМИННЫЙ ЗАПАС

Продукция крупнейшего в регионе круглогодичного агрокомплекса «Тепличный»

тоже широко известна и в Самарском регионе, и за его пределами. Торговые сети выставляют на полках под маркой «Тепличный» огурцы, томаты, грибы, редис, салат, зеленые культуры и даже мед. В 2024 году комплекс сменил собственников — ими стали братья Алексей и Сергей Вьюговы, известные в сфере строительства для энергетической отрасли.

В 2023 году «Тепличный» нарастил выручку на 36%, до 664 млн рублей, прибыль выросла на порядок — до 22,3 млн.

В 2024 году к семье Вьюговых перешел еще один крупный агрокомплекс — тольяттинский «Овощевод». Теплицы были открыты еще в 1971 году, а в 1992-м перешли

Фото: pixabay, pexels



в частные руки. Упор делается на выращивание огурцов, помидоров и баклажанов. Продвижение продукции можно назвать «близким к земле». Как было массово принято в 90-е, брендированные грузовики, груженные овощами, приезжают к торговым точкам и продают овощи «из кузова». Судя по всему, метод остается вполне рабочим. Рост выручки в 2023 году составил 19,5%, до 406,2 млн рублей, прибыль увеличилась в два раза — до 68,9 млн.

Похожим способом обретает своего покупателя и продукция самарского «яблочного короля» Ивана Сивакова. Фрукты продаются с машин с брендом «Кошелевский посад», а его «Фирма «Нектар» производит соки «Волжский

посад», «Иваныч» и «Вкусника» — их можно найти на полках магазинов и супермаркетов по всей России. Совокупная выручка всех агрокомпаний Сивакова выросла в 2023 году на 38%, до 8 млрд рублей, хотя прибыль упала на 29% — до 1,1 млрд.

ВИНО? WHY NOT

Еще один крупный агропромышленный комплекс региона, группа «Самарские овощи», «вырос» из фермерского хозяйства Владимира Денисова. В 1998 году было основано его флагманское предприятие «Скорпион» — крупнейшее в регионе производство картофеля. Бренд «Самарские овощи» стал зонтичным для многих производств, из его тени вышли и новые

торговые марки. Например, «Самарские овощи» производят виноград, из которого изготавливается собственное вино под маркой Denisov Winery. Продукцию самарских виноделов поставляют в десятки российских городов, в том числе в Краснодарский край, входящий в число самых «винных» регионов страны. В Самарской области Denisov Winery продают в крупных супермаркетах, магазинах алкогольной продукции и подают в популярных барах и ресторанах.

Выручка основного оператора бизнеса Денисова — компании «Скорпион» в 2023 году сократилась на 26%, до 860,8 млн рублей, прибыль выросла на 12,6% — до 230,9 млн. **D**

— Надежда Галимуллина

РАСТИТЬ, ВОЗРОЖДАТЬ, РАЗВИВАТЬ

Собственное высококачественное сырье, экспертные исследования, родные отечественные бренды: как санкционное давление сделало самарский завод «Балтика» сильнее



В будущем, 2025 году легендарной пивоваренной компании «Балтика» исполнится 35 лет. Строительство пивоварни началось еще в 1978 году в Ленинграде, но только в 1990-м открылось государственное предприятие «Пивоваренный завод «Балтика», которое стало первым заводом компании «Балтика».

Тогда, 34 года назад, на логотипе компании впервые появились три волны, ставшие узнаваемыми по всей России. Однако бренда «Балтика» тогда еще не существовало и продукция продавалась под другими, широко известными в народе марками. В 1992 году предприятие приватизировали, появилась собственная торговая марка «Балтика». Началась глобальная модернизация производства и оснащение пивоварни современным высокотехнологичным оборудованием. Это способствовало стремительному росту компании. Сегодня пивоварни «Балтики» работают в Воронеже, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Самаре, Санкт-Петербурге, Туле, Ярославле и Хабаровске.

Сделано в Самаре

История самарской пивоварни началась в 2003 году. Завод «Балтика – Самара» из-



Фото: пресс-служба компании «Балтика»

вестен как одно из ведущих предприятий пищевой промышленности Самарской области, поставляющих продукцию не только для Поволжья и Урала, но и на экспорт в Казахстан и страны Средней Азии.

В 2007 году завод нарастил производственные мощности более чем в 3 раза. «В ходе масштабного инвестиционного проекта мы установили на нашем предприятии самое современное оборудование, в том числе первую в России линию по производству пива в банке емкостью 1 л», – рассказывают «ДЕЛУ» в компании «Балтика».

Что представляет собой самарское производство «Балтики» сегодня?

В 2023 году на пивоварне в Самаре состоялся перезапуск легендарного сорта компании –

«Балтика 3», впервые сваренного в 1992 году и завоевавшего народное признание. Обновленную «тройку» сварили по тому же самому рецепту, который использовался при ее изготовлении более 30 лет назад. Компания обновила еще несколько своих оригинальных сортов: «Балтика 7», «Балтика 8».

Возрождение любимых россиянами рецептов, курс на инновационность, переход на 100-процентный российский солод, инвестирование в отечественное хмелеводство – важные шаги для развития потенциала компании. Выпускаемые самарским заводом бренды уже имеют в копилке более 700 российских и международных профессиональных и потребительских конкурсов.

Сразу пять брендов портфеля «Балтика» в 2024 году завоевали золото и серебро международного дегустационного конкурса Monde Sélection в категории «Пиво, вода и безалкогольные напитки». Отметим, знак качества Monde Sélection, вручаемый бельгийским Международным институтом качества, считается аналогом мишленовских звезд в сфере продуктов питания.

Эксперты полагают, что получить премию, в которой жюри не сравнивает продукты между собой, а оценивает каждый из них по ряду органолептических параметров, продукция «Балтики» смогла благодаря экспертизе пивоваров и натуральному качественному сырью. Ведь 100% солода, из которого «Балтика» варит пиво, производится из отечественного ячменя, соответствующего 18 параметрам качества спецификации компании.

Возвращение к истокам

Отметим, что с 2008 года «Балтика» была частью датской компании Carlsberg Group. В марте 2022 года Carlsberg Group приняла решение о продаже своего бизнеса в России. В июле 2023 года «Балтика» Указом Президента РФ была передана в управление Росимущества.

Президентом компании назначен ее основатель Таймураз Казбекович Боллоев. Под его руководством произошел перезапуск



Фото: пресс-служба компании «Балтика»

самых сильных отечественных брендов, а фокус «Балтики» сместился с евролагеров на российское пиво.

Свои поля

«Производство солода для «Балтики» организовано по классическому способу. На собственных солодовнях в Туле и Ярославле пивоваренный ячмень проходит поэтапно все стадии соложения: замачивание, проращивание и бережную сушку», — рассказывают «ДЕЛУ» в компании. Выполнять важнейшую в условиях санкций и осложненной внешнеполитической ситуации задачу импортозамещения в компании получается благодаря взятому еще в 2005 году курсу на отечественное сырье.

С тех пор «Балтика» запустила собственную агропрограмму и на постоянной основе стала сотрудничать с российскими фермерами, нарастила экспертность в выращивании ячменя, хмеля и работает в коллаборации с крупнейшими исследовательскими центрами страны. Пивоваренный ячмень отличается от фуражного по содержанию белка и другим свойствам, благодаря которым оптимально подходит для производства качественного солода. Пивоваренный ячмень прихотлив к климатическим условиям, и его выращивание требует особого внимания от агрономов.

Сегодня в агропрограмму «Балтики» входит более 60 агрохозяйств, расположенных в 17 регионах России на территориях общей площадью более 75 тысяч гектаров. Специалисты агропрограммы обеспечивают аграриев лучшими сортами пивоваренного ячменя и весь сезон сопровождают его выращивание, оказывая фермерам всю необходимую экспертную поддержку.

На опытной станции в Тульской области ежегодно высевается около 50 сортов пивова-



ренного ячменя, тестируются технологии и удобрения и выбираются самые безопасные и экологичные из них. Специалистам здесь помогают космические спутники. Благодаря снимкам полей со спутников кураторы агропрограммы определяют интенсивность фотосинтеза и «самочувствие» ячменя на каждом поле с частотой раз в 7-10 дней. Средний объем ежегодного урожая в рамках агропрограммы — 300 тысяч тонн ячменя. «Этого с лихвой хватает, чтобы не зависеть от поставок из-за рубежа», — говорят в компании «Балтика». Полученный ячмень, благодаря интегрированной цепочке поставок и системе контроля по всему циклу — от создания семенного фонда до хранения готового ячменя, соответствует ГОСТу и спецификации компании. По аналогии с собственной агропрограммой по выращиванию пивоваренного ячменя «Балтика» запустила проект по хмелеводству. Сегодня «Балтика» активно участвует в решении вопросов импортозамещения хмеля, активно поддерживает этот процесс на всех стадиях, начиная с участия в обучении специалистов в Чувашском государственном аграрном универ-

ситете. На базе вуза проведут финансируемые «Балтикой» исследования сортов хмеля, выращиваемых по проекту.

В 2023 году «Балтика» заключила договор с фермерским хозяйством в Чувашии, которое вырастило первую партию хмеля для компании — именно ее использовали для перезапуска сорта «Балтика 3». Кроме того, компания заключила договор на поставку первого промышленного комплекса по сушке и уборке хмеля, разработанного на машиностроительном заводе «Техмаш» в Чебоксарах.

Не менее серьезное внимание уделяют на «Балтике» созданию новых технологичных штаммов дрожжей. В частности, специалисты исследовательского центра «Балтики» первыми вывели свой собственный штамм дрожжей «Кулер», который был запатентован 12 апреля 2007 года.

Таким образом, компания обеспечена высококачественным сырьем по всем четырем компонентам, лежащим в основе пивоварения — вода, солод, хмель и дрожжи. При этом подход к управлению качеством в «Балтике» всеобщий — «от поля до бокала», его контроль — задача производственной лаборатории. Специалисты лаборатории проверяют продукцию компании на соответствие физико-химическим и микробиологическим показателям: пеностойкость, экстрактивность начального суслу, содержание алкоголя, уровень налива, цвет и другие.

Благодаря политике открытости убедиться в строгом контроле качества и натуральности сырья может каждый желающий, посетив самарский завод «Балтики». Каждый достигший 18-летнего возраста самарец приглашается посетить производственную экскурсию, увидеть, как варится пиво, познакомиться с правилами дегустации и узнать об истории российского пивоварения, в том числе и на самарской земле. **D**



Фото: пресс-служба компании «Балтика»



Фото: chokniti-khongchum, pexels

Медицина

ЗДОРОВЫЙ ИНТЕРЕС

БРЕНДЫ, КОТОРЫЕ ЛЕЧАТ: ОТ ФАРМИНДУСТРИИ ДО КРУПНЕЙШИХ КЛИНИК

Государственные и частные клиники давно продвигают Самарскую область на федеральном уровне, предлагая свои услуги иногородним пациентам.

Приезжают в самарские больницы и из-за рубежа. Миллионы упаковок дешевых лекарств с надписью «Сделано в Самаре» разлетаются по всей стране. Кто стоит за узнаваемостью самарской индустрии здоровья?

СПЕЦИАЛИСТЫ

В сфере здравоохранения Самарской области известными брендами, ориентированными на экспорт медуслуг, давно стали сразу несколько крупней-

ших клиник: многопрофильная Самарская областная клиническая больница имени В.Д. Середавина и специализированные — Самарская областная клиническая офтальмологическая больница имени Т.И. Ерошевского и Самарский областной клинический онкологический диспансер.

Тем не менее, по оценке экспертов, для расширения и закрепления узнаваемости собственных брендов региональным клиникам до сих пор

не хватает системной и грамотной маркетинговой политики.

«Нужно присутствовать на внешних рынках с внятной, постоянной, информативной рекламой. Необходимо повышать известность, узнаваемость самарских клиник. По этому пути шел Израиль, ставший одним из лидеров медицинского туризма. По этому пути прошла Турция, где государство инвестировало в развитие медицинского туризма колоссальные

САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ
ЭКСПОРТИРУЕТ МЕДУСЛУГИ
ПОД НЕСКОЛЬКИМИ
ИЗВЕСТНЫМИ БРЕНДАМИ

средства. Этот путь долгий, но верный», — говорит «ДЕЛУ» председатель совета Ассоциации лечебного и оздоровительного туризма (АЛОТ) Галина Гурова.

ЧАСТНЫЙ СЛУЧАЙ

Самарская сеть многопрофильных клиник под брендом «Моя наука» Сергея Полещикова, крупного игрока на рынке лабораторной диагностики РФ, заявила о себе в эпоху пандемии коронавируса, когда без ПЦР-теста или вакцинации нельзя было сделать и шагу. С тех пор бизнес не сбавлял оборотов. Компании под самарским брендом работают уже в нескольких регионах страны. Клиники с зеленым листом на вывеске открывались по франшизе, а сам Полешиков, оставаясь серьезным игроком рынка лабораторных услуг, развивает бизнес как сеть многопрофильных медицинских учреждений. Трансформация, впрочем, идет не вполне гладко. Общий объем выручки всех операторов компании в 2023 году снизился на 6,9%, до 1,4 млрд рублей, прибыль сократилась на 6,1% — до 123 млн.

Еще один известный самарский медицинский бренд «ИДК» создан в 1992 году известным врачом Владимиром Карнауком. Под брендом «ИДК» работала крупнейшая в Самаре клиника репродуктивной медицины, акушерства и гинекологии. Именно здесь была проведена первая в регионе процедура ЭКО, и регион стал третьим в России, где медики помогли таким образом пациентам стать родителями.

В 2013 году компания стала частью федеральной группы MD Medical Group Investments Plc, развивающей бренд клиник «Мать и дитя». О силе бренда самарского подразделения говорит тот факт, что новый собственник не отказался



ПАВЕЛ АЛЕКСЕНКО: «ОЗОН ФАРМАЦЕВТИКА» — №1 ИЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ДЖЕНЕРИКОВ»

Фото: Игорь Горшков



ЗНАЮТ ВСЕ
СОКОД
под руководством
Андрея Орлова —
самый узнаваемый
самарский
бренд в медицине

полностью от старого наименования, сохраняя упоминание «ИДК» в части названий медицинских учреждений.

САМАРСКАЯ ФАРМА

«...Мощные ребята. Сейчас «Озон» переходит в высшую фармлигу, запуская производство онкопрепаратов», — такими словами охарактеризовали жигулевскую группу фармпроизводителей крупнейшие в регионе оптовые торговцы медпрепаратами. Компания «Озон» была основана в 1991 году, занималась всем понемногу и звезд с неба не хватало. Однако в 2000-х определилась с вектором развития — выпуск фармпрепаратов.

Сейчас, по информации директора по связям с общественностью группы «Озон Фармацевтика» Романа Гришина, специфика работы предприятия состоит в том, что компания в основном производит небрендиру-

ванные препараты по международным непатентованным наименованиям (МНН) — сегодня у компании в портфеле уже более 500 регистрационных удостоверений. «Более 65% реализованных препаратов входят в перечень ЖНВЛП (жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты)», — отмечает он. По словам Гришина, продукция представлена в большинстве аптечных сетей страны — более 80% аптечных точек имеют соглашение с группой. В 2023 году было поставлено более 285 млн упаковок лекарственных средств. «Практически каждая двадцатая упаковка на аптечной полке произведена группой. Масштаб производства и дистрибуции свидетельствует о высокой степени известности нашего бренда», — отмечает Гришин.

Тем не менее, по его мнению, вопрос о ценности бренда не стоит. «Компания производит то, на что люди возлагают надежды», — говорит он.

По заявлению владельца группы Павла Алексенко, «Озон Фармацевтика» сейчас — «номер один из производителей дженериков в стране», занимающий вторую строчку по выручке среди всех отечественных производителей.

Выручка оператора «Озон» в 2023 году выросла на 1,4%, до 20,7 млрд рублей, прибыль — на 8%, до 3,3 млрд, выручка «Озон Фармацевтика» — на 2,2%, до 1,1 млрд рублей, прибыль — на 1%, до 1,02 млрд. **D**

— Надежда Галимуллина

ТЕХНОЛОГИИ И КОМПЕТЕНЦИИ

Что делает Самарскую городскую клиническую больницу №1 им. Н.И. Пирогова флагманом региональной медицины

Самарская городская клиническая больница №1 им. Н.И. Пирогова — одна из тех, что в представлении не нуждается, но не говорить о ней в контексте самых громких «брендов» региона — невозможно. Одно из старейших медицинских учреждений города сделало себе имя за счет качественной и технологичной помощи пациентам, за которой они готовы ехать не только из «домашнего» и соседних регионов, но и из ближнего и дальнего зарубежья.

Что делает больницу особенной? По мнению главного врача Самарской городской клинической больницы №1 имени Н.И. Пирогова Анатолия Титова, сочетание факторов: профессионализм сотрудников, технологии и бережное отношение к больным. «Бренд — это прежде всего результат, здоровье наших пациентов, их понимание, что они в надежных руках, что помощь будет оказана быстро и квалифицированно. «Имя» больницы сфор-



Фото: samara-pirogova.ru

АНАТОЛИЙ ТИТОВ,
главный врач Самарской городской клинической больницы №1 имени Н.И. Пирогова

мировано многими поколениями врачей, и я убежден, что такое понимание бренда сохранится и в будущем», — считает он. Высокое доверие пациентов — результат отлаженной, командной работы всех подразделений больницы. Журнал «ДЕЛО» рассказывает о некоторых ее аспектах.

Без ножа

«Когда знаешь, что отделение полностью обеспечено медикаментами, оснащено технически, укомплектовано персоналом, то идешь на работу с хорошим настроением, с тем же настроением — в операционную. Когда пациент выписывается довольный и счастливый, получив всю помощь, понимаешь — сделал что-то хорошее», — говорит заведующий хирургическим отделением №6, кандидат медицинских наук, хирург высшей категории Игорь Антропов.

Профиль отделения — неотложные абдоминальная и торакальная хирургия, однако помощь оказывается по очень широкому спектру проблем. Оно работает в круглосуточном режиме. За год через руки хирургов проходит около 3 тыс. человек, из них порядка 85% пациентов экстренные, 15% — плановые. Несмотря на высокий пациентопоток, у больницы есть ресурсы для максимальной оперативной помощи. Практически все необходимые исследования, включая вы-

сокотехнологичные, возможно провести в течение двух часов. При плановых операциях речи о многомесечных очередях не идет. Необходимые вмешательства, при полной готовности пациента, производятся в течение четырех-пяти дней. Еще через пару дней больной выписывается домой.

Позвонок к позвонку

«Без преувеличения скажу, что нейрохирургическое отделение №5 больницы им. Пирогова вышло на уровень, ничем не уступающий западным клиникам. С начала 2000-х годов мы определились со специализацией, ею стала спинальная нейрохирургия. Тогда же началось бурное развитие имплантации именно в этой сфере. Мы были одними из первых, кто освоил эти технологии, и за годы обучения и практики по объему оказания помощи и ее качеству достигли мирового уровня», — говорит врач-нейрохирург Валерий Лаврентьев.

Пациенты уже оценили возможности са-

Комментарий

Комментарий

Фото: Игорь Горшков



ВАЛЕРИЙ ЛАВРЕНТЬЕВ,
врач-нейрохирург
нейрохирургического
отделения №5

ДОСТУПНЫЕ ИННОВАЦИИ

В общей сложности за год пациентопоток в нейрохирургическом отделении №5 достигает порядка 10 тыс. человек, производится не менее 1,5 тыс. операций только по лечению остеохондроза. Еще не менее 300 — по квотам высокотехнологической медицинской помощи. Именно в рамках госпрограммы жителям региона становится доступна дорогостоящая имплантация. Несмотря на санкции, никаких проблем с этим не возникает. Отечественная промышленность быстро наладила выпуск имплантов, остальное закрывает Китай.

Фото: Игорь Горшков



ИГОРЬ АНТРОПОВ,
заведующий
хирургическим
отделением
№6, кандидат
медицинских наук,
хирург высшей
категории

БОЛЬШАЯ ПОМОЩЬ ЧЕРЕЗ НЕБОЛЬШИЕ РАЗРЕЗЫ

Мы делаем упор на малоинвазивные методы лечения, позволяющие сократить риски во время операции и период восстановления. Год назад больница получила новую передовую стойку для лапароскопии. Доля только аппендэктомий выросла до 80-90%, удалений желчного пузыря — до 100%. Также лапароскопическим методом проводим лечение грыж, в том числе сложных случаев путем задней сепарационной пластики. Это передовая технология в нашей сфере.



марских медиков. За квалифицированной помощью они едут не только со всех концов страны, но и из-за рубежа. «Мы были одними из первых, кто освоил методику тотальной замены межпозвоночных дисков в шейном и поясничном отделах позвоночника, когда происходит полная их замена с восстановлением функций, оказываем помощь по всему спектру травм позвоночника. Из последних нововведений — осваиваем навигацию, спецаппарат, помогающий с наведением на очаг патологии», — рассказывает Лаврентьев.

Широкий спектр

«Мы умеем лечить практически весь спектр урологических заболеваний, в том числе редких и экзотических», — констатирует заведующий урологическим отделением №3 — врач-уролог, врач высшей квалификационной категории, кандидат медицинских наук Сергей Коновалов. В этом особенность его подразделения. Оно охватывает практически все профили и разделы урологии (болезней мочеполовых органов), что уникально для России. По его словам, акцент делается на современную технологическую помощь, позволяющую производить операции малоинвазивно — бескровно и безболезненно. «В этом году благодаря совместным усилиям министерства здравоохранения региона и руководства больницы мы получили аппарат лазерной хирургии. Он относится к последним достижениям нашей отрасли в мировом масштабе, но, что особенно приятно, российского производства. Аппарат позволяет эндоскопически проводить операции при мочекаменной болезни в тех случаях, когда раньше это не представлялось возможным», — отмечает Коновалов.

Счастье материнства

«Принцип нашей работы — доброжелательное, бережное отношение к маме и ребенку», — рассказывает заведующая акушерским наблюдательным отделением №20, врач акушер-гинеколог, врач высшей квалификационной категории, кандидат медицинских наук Наталья Денисова. Основной работы роддома является ведение «мягких родов» — появления ребенка на свет максимально естественным путем,

Комментарий



СЕРГЕЙ КОНОВАЛОВ,
заведующий
урологическим
отделением №3
отделением — врач-
уролог, врач высшей
квалификационной
категории, кандидат
медицинских наук

ЭКСПЕРТЫ ЗДОРОВЬЯ

Основной поток приходится на пациентов с мочекаменной болезнью. Регион является эндемичным по этому направлению, болезнь проявляется именно остро. Так что порядка половины пациентов обращаются именно с ней. Второе крупное направление — инфекционные заболевания, пиелонефриты у женщин. Мы единственные в городе, кто оказывает помощь даже беременным и в тяжелых состояниях. Это большая ответственность — отвечаешь сразу за две жизни. Третье направление — болезни простаты у мужчин, в том числе возрастные.

без лишнего медицинского вмешательства, в том числе без стимуляции родов, при отсутствии объективных показаний. Также в отделении используются все современные практики, связанные с «мягкими родами», содействующие улучшению здоровья ребенка, например отсроченное пережатие пуповины и непрерывный контакт с телом матери.

Несмотря на курс на естественность, отделение располагает широкими возможностями и опытом помощи женщинам благополучно стать матерями при сложных беременности и родах.

«Конечно, мы идем в ногу со временем. В частности, мы одни из немногих, кто применяет пролонгированное обезбоживание — эпидуральная анестезия на весь период родов», — рассказывает Денисова.

Результат — в отделении в 2023 году родилось на 150 детей больше, чем в 2022 году.

Все это тоже «технологии и бренд», как и ежедневный упорный труд сотрудников Самарской городской клинической больницы №1 им. Н.И. Пирогова, делающих ее «имя», которое, в свою очередь, давно стало гарантией качественной и своевременной помощи пациентам. **D**

— Надежда Галимуллина

Комментарий



НАТАЛЬЯ ДЕНИСОВА,
заведующая акушерским
наблюдательным
отделением №20, врач
акушер-гинеколог, врач
высшей квалификационной
категории, кандидат
медицинских наук

НАДЕЖНОСТЬ И КОМФОРТ

У нас есть индивидуальные родовые, в которых происходит рождение ребенка при поддержке партнера, и семейные палаты, где молодые родители могут находиться совместно до момента выписки из роддома. В последнее время растет популярность партнерских родов, все чаще возникает необходимость в семейных палатах. Поэтому в 2024 году, в Год семьи, в нашем отделении открылась еще одна комфортабельная палата для совместного пребывания.

СОХРАНЯЯ ТРАДИЦИИ САМАРСКОЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ МЕДИЦИНСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Медицинский университет «Реавиз» стал лучшим негосударственным вузом России по результатам подведения итогов международного рейтинга «Три миссии университета-2023»



Медицинский университет «Реавиз» стабильно занимает высокие места в топах высших учебных заведений, став

лучшим частным вузом страны по версии международного рейтинга «Три миссии университета-2023» и заняв 15-е место среди медицинских вузов России. Сегодня «Реавиз» развивает традиции самарского высшего медицинского образования в четырех крупных городах России — Самаре, Москве, Санкт-Петербурге и Саратове. С 2019 года в структуре университета созданы факультеты среднего профессионального образования. Сформирована собственная клиническая база, ее основу составляют многопрофильная клиника, Академия стоматологии, лаборатория по проблемам морфологии и собственная аптечная сеть.

Выбирают «Реавиз»

В 2023 году Медицинский университет «Реавиз» отметил 30-летний юбилей и продолжил динамичное развитие в сфере высшего медицинского образования. Растущую востребованность вуза у абитуриентов подтвердила приемная кампания 2024 года. Число поданных заявлений и заключенных договоров продолжает устойчиво расти из года в год. Так, студентами «Реавиза» в 2024 году пожелали стать почти 5000 абитуриентов. Выросло и число заключенных договоров: по итогам приемной кампании 2023 года их было 2047, а в 2024 году договоры на обучение в Медицинском университете «Реавиз» заключили 2794 человека.



Фото: пресс-служба университета «РЕАВИЗ»

Кузница специалистов

Традиционно в Медицинском университете «Реавиз» востребовано обучение в ординатуре. В 2024 году было подано 1640 заявлений, в ординатуру приняли 957 человек. В этом году в университете был запущен новый механизм — целевые места с использованием портала «Работа России». В «Реавиз» были приняты выпускники из 51 образовательной организации многих регионов России и ближнего зарубежья. Кроме того, впервые доля собственных выпускников «Реавиза» в структуре приема превысила долю выпускников других вузов страны. Самой популярной специальностью среди поступающих в ординатуру стала ортодонтия — приемная комиссия зафиксировала конкурс в 4,84 человека на место. Проходной балл был самым высоким — 192. При этом на 25 имеющихся мест было подано 121 заявление. Также в Медицинском университете «Реавиз» зафиксирован устойчивый рост числа аспирантов. В 2024 году в аспи-

рантуру подали 14 заявлений по программам подготовки научных и научно-педагогических кадров, по итогам работы приемной комиссии продолжат обучение 11 человек.

Устойчивое повышение спроса на продолжение обучения в Медицинском университете «Реавиз» обеспечено совершенствованием материально-технической и клинической базы, а также высочайшей квалификацией преподавателей вуза. Именно это привлекает в «Реавиз» множество выпускников других учебных заведений.

Сохраняя традиции

Медицинский университет «Реавиз» всегда славился своими преподавателями, сегодня их более 600. При этом 77% имеют ученые степени и звания, а 28% — доктора наук. Среди преподавателей есть академик РАН, заслуженный деятель наук РФ, заслуженный работник высшей школы РФ, 10 заслуженных врачей РФ, 6 почетных работников высшего профес-



сионального образования РФ, отличник народного просвещения РФ, 15 отличников здравоохранения РФ.

У Медицинского университета «Реавиз» есть возможность объединить обучение студентов, лечение пациентов и научную деятельность в единый процесс благодаря наличию собственных университетских клиник, оснащенных самым современным оборудованием. Также клиническая

база университета активно взаимодействует со специализированными центрами и действующими в «Реавизе» научно-исследовательскими институтами. В деле охраны здоровья россиян «Реавиз» не ограничивается собственной базой, взаимодействуя с частными и государственными клиниками. Так, например, основными клиническими базами, помимо многопрофильной клиники «Реавиз», являются Областная больница им. Середавина, Областной онкодиспансер, Областной центр переливания крови, Областной психоневрологический диспансер, Городская больница №4, Самарская городская клиническая больница №1 им. Н.И. Пирогова, многопрофильный ЛДК «Медгард», Областной клинический госпиталь для ветеранов войн, сеть стоматологических клиник в Самаре и Москве, Самарская городская поликлиника №1 Промышленного района, Самарская городская клиническая стоматологическая поликлиника №1, Стоматологическая клиника доктора Рахимова «Центр дентальной имплантации», ООО «Вкус жизни», ФГБУ «426 военный госпиталь» МО РФ. В области фармацевтики «Реавиз», помимо развития собственной сети аптек, сотрудничает с самарскими ООО «Аптека №302» и ООО «Аптека №42», а также ООО «Озон» из Жигулевска.

Клиники «Реавиз» участвуют в госпрограммах, принимая пациентов по ОМС и реализуя территориальные программы ФОМС. Высокий научный потенциал вуза и возможность оказания высокотехнологичной медпомощи во многом определяют четыре научно-исследовательских института: Первый НИИ геронтологии и реабилитации ветеранов войн, НИИ лазерной медицины, НИИ атеросклероза и дислипидемий и НИИ морфологии неклоточных тканей живых систем. Взаимодействие клиник и НИИ с госструктурами позволяет повысить доступность и качество оказания медпомощи по ОМС. В период пандемии клиники плотно сотрудничали с региональной системой здравоохранения, доказав целесообразность использования ресурсов частных медицинских организаций для решения задач, стоящих перед государственным здравоохранением. Так, например, в 2022 году по ОМС значительный объем медпомощи, в том числе и высокотехнологичной, оказали в стационаре многопрофильной клиники «Реавиз».

В «Реавизе» считают важной реабилитацию ветеранов войн. Университет входит в попечительский совет госпиталя для ветеранов войн. В прошлом году университет и госпиталь организовали межрегиональную научно-практическую конференцию «Лечение и реабилитация ветеранов боевых действий».

Комментарий



ИНГА ПРОХОРЕНКО,
ректор Медицинского университета «Реавиз», доктор медицинских наук, Почетный работник высшего профессионального образования РФ, профессор

Самарские научно-педагогические школы, сформированные в стенах СамГМУ и получившие свое развитие в Медицинском университете «Реавиз», широко известны во всем мире. Наследие академиков А.Ф. Краснова, Г.П. Котельникова, И.Б. Солдатова, профессоров, заслуженных деятелей науки РФ, хирургов А.М. Аминова, Г.Л. Ратнера и Б.Н. Жукова, терапевтов С.В. Шестакова и А.И. Германова и других выдающихся самарских ученых сохраняется в традициях университета «Реавиз».

Университетская наука — основа качественного образования. Высокий научный потенциал «Реавиза» во

многом определяется работой научно-исследовательских институтов. В них идут исследования, позволяющие не только развивать заложенные основателями научные школы, но и создавать новые направления. В 2016 году в жизни университета произошло важное событие: открыта научно-исследовательская лаборатория по проблемам морфологии. Сегодня в этой лаборатории проводится целый ряд важных комплексных научных исследований, которыми руководят президент медицинского университета «Реавиз», академик РАН В.Н. Шабалин и профессор И.И. Марков.

Университет издает два научных журнала, которые входят в Перечень ВАК РФ: «Вестник Медицинского института «Реавиз» и «Морфологические ведомости». В них публикуются работы, лежащие в основу диссертаций на соискание научных степеней.

Главная миссия Медицинского университета «Реавиз» заключается в сохранении здоровья россиян, используя достижения современной медицинской науки, в качественной подготовке специалистов для системы здравоохранения, что является гарантией суверенитета и безопасности России.

Производство

ПИТЬ, ЕСТЬ И ПОМНИТЬ

РЕСТОРАНЫ И ПЕКАРНИ, ХЛЕБ И СОУСЫ, МОЛОКО И КОЛБАСЫ: КАК НАКОРМИТЬ И НАПОИТЬ ПО-САМАРСКИ

Если мы, гуляя по улице, вспомним про Coca-Cola, даже не видя рекламу, все равно представим знакомый образ: и вкус, и внешний вид бутылки, и цвет, и надпись. Бренд сумел сформировать ассоциативный ряд, и в этом состоит принцип «узнаваемости», — объясняет «ДЕЛУ» секреты успешного брендинга руководитель маркетингового агентства «Сигма СММ» Сергей Сариев.

Такого уровня известности у широчайшего круга потребителей достичь непросто, однако у целого ряда самарских брендов — широкий потенциал продвижения не только на внутреннем рынке, но и на международном.

ЧЕРЕЗ КРАЙ

В свое время настоящими визитными карточками еще Куйбышевской области стали «Жигулевское пиво» и шоколад фабрики «Россия».

К сожалению, самарский бренд шоколада «Россия» уже нельзя считать по-настоящему региональным. В 1995 году активы предприятия были проданы холдингу Nestle, и после ухода легендарного директора фабрики Елены Шпаковой шоколад стал уже не тот. Если в эпоху СССР это были элитные сладости, в том числе по собственным рецептам, то теперь это обыкновенный масс-маркет, к тому же производимый под брендом «Россия — щедрая душа» не только в Самаре, но и на других заводах группы.

Но если купленная в Самаре шоколадка «Россия» может оказаться изготовленной в Пензе, то самарское

«Жигулевское», особенно «со Дна», до сих пор расходуется по всей стране именно как самарский сувенир.

Пивзавод был открыт еще в императорской России выходцем из Австрии Альфредом фон Вакано, в честь которого названа одна из линеек «пенного», в 1880 году. Гордость предприятия — приверженность рецептам, по которым варили пиво при Вакано. В 1929 году завод стал полностью государственным, в 90-х — снова частным, но ни тогда, ни в новой России своей значимости для региона не утратил.

Исторические производственные корпуса из красного кирпича остаются одной из ярких достопримечательностей Самары, туда водят экскурсии, а культовый бар «На дне» стал отдельным самарским туристическим брендом. В него выстраиваются очереди не только из местных любителей пива, но и гостей областной столицы.

«У «Жигулевского пива» очень высокий потенциал, оно может стать альтернативой Corona или Krusovice на международной арене, — считает Сергей Сариев. — И в Российской империи, и в СССР бренд был хорошо известен, однако сейчас, в условиях санкций, ему нужен дополнительный толчок для продвижения. Да, это один из самых узнаваемых брендов региона, образ мы видим на прилавках магазинов, он присутствует на уровне «сарафанного радио». Но этого недостаточно».

Компании есть с чем работать, и у нее колоссальный потенциал. С маркой связан устойчивый ассоциативный ряд восприятия традиционной русской культуры: рыба, пиво, баня. «Этот колорит можно продвигать, его не хватает», — говорит эксперт из «Сигма СММ».

В 2023 году выручка «Жигулевского пива» выросла на 27,7%, до 6 млрд рублей, прибыль на 11% — до 1,1 млрд.

НА СПОРТЕ

Сегодня новые самарские бренды врываются на российский рынок. Например, в последние годы среди любителей спорта буквально завирусилась бренды Bombbar, Chikaláb и Snáq Fabríq. Их родина — город Тольятти Самарской области.

Оператор производства спортивного питания, энергетических батончиков и снеков — компания «Фитнес фуд» была основана в 2017 году и к настоящему времени приобрела всероссийскую известность. В основном, как отмечают маркетологи, среди молодежи за счет доступности в супермаркетах и на маркетплейсах.

Выручка и прибыль компании «Фитнес фуд» в 2023 году удвоились, оборот вырос на 80,5%, до 8,8 млрд рублей, прибыль на 125% — до 2,33 млрд. Еще один оператор бизнеса группы «Фитнес фуд» — компания «Бомббар» нарастила выручку в 2023 году на 132%, до 6 млрд рублей, прибыль сократилась на 20% — до 203 млн.

**«ЖИГУЛЕВСКОЕ» «СО ДНА»
РАСХОДИТСЯ ПО ВСЕЙ СТРАНЕ
КАК САМАРСКИЙ СУВЕНИР**

Фото: rachel-claire, pexels



ПОД СОУСОМ

Также удивительна для покупателей и «новость», что известный на рынке кетчупов и печенья бренд «Кухмастер» Алексея Харитонов — самарский.

Один из крупнейших в стране производителей томатной пасты работает в Самаре. Под брендом «Кухмастер» производятся не только овощные консервы, соусы и соки, но и широкая линейка печенья и другой кондитерской продукции.

Харитонов и его друг Андрей Жирнов начинали с гаражного цеха и продаж на рынке. Сегодня это мощное производство, работающее в Самарской и Волгоградской областях.

По итогам 2023 года самарская компания «Кухмастер» нарастила выручку на 7,8%, до 5,7 млрд рублей. Прибыль после резкого роста сократилась на 8,1% — до 577 млн.

Региональные продуктовые бренды «Фабрика Качества» и Garibaldi узнаваемы уже три десятка лет. Колбасы, полуфабрикаты, консервы, деликатесы, сыры, кондитерские изделия

и хлеб с изображением рабочего под красным знаменем на упаковке «Фабрики Качества» прочно закрепились в холодильниках как самарцев, так и жителей еще 17 регионов России. Известна продукция и в Казахстане.

К продвижению продукции в компании всегда относились с выдумкой, достаточно вспомнить попытку зарегистрировать торговые марки острых колбас, связанные с нашумевшим

сериалом «Игра престолов» и серией книг «Песнь льда и пламени» Джорджа Мартина. Вместе с тем зачастую вопрос брендинга в компании носит личный характер. Например, линейка Garibaldi названа именем отца бенефициара бизнеса Олега Гарибальдиевича Кузичкина. То же самое касается готического замка Гарибальди под Тольятти, ставшего туристической достопримечательностью региона с собственной мифологией.

НА СЛАДКОЕ

Крупное самарское производство мороженого под еще одним известным и за пределами региона самарским брендом «Сам-По» было основано в 1994 году при участии финнов и датчан. Однако сегодня это чисто самарский бизнес. Брендированные киоски «Сам-По» в городах региона продают молоко и десятки летних десертов под марками «Кум Ваня», «Кума Маня», «Гигант из вафельной страны», «Ежик из вафельной страны», «ГОСТ» и другими. В 2023 году выручка компании

6

МЛРД РУБЛЕЙ —
ВЫРУЧКА В 2023 ГОДУ
ТОЛЬЯТТИНСКОГО
ОПЕРАТОРА
ПРОИЗВОДСТВА
СПОРТПИТА ПОД
БРЕНДОМ «БОМБАР»



Фото: Игорь Горшков

ГАРИБАЛЬДИ

Отчество Олега Кузичкина трансформировалось в название замка под Тольятти и бренд колбас

«Сам-По» увеличилась на 29%, приблизившись к миллиарду. Оптовый оператор «Сампо-трейд» повысил свои показатели до 1,18 млрд рублей.

Самарская бизнес-группа, продвигающая также известный даже в Москве бренд «У Палыча», ведет личную летопись с открытия в 1991 году кафе в ДК «Современник» в Самаре. Сегодня это крупный холдинг с собственной сетью магазинов и фирменными сладостями, пирогами, полуфабрикатами, колбасами и многими другими продуктами питания. Бренд «У Палыча» известен во многих регионах страны, продукты бренда можно купить в супермаркетах Ульяновской области и Татарстана, в магазинах Воронежа, Орла.

У самарских любителей сладкого есть верная примета: если на праздничном столе торт не от «Палыча», значит, он от СБКК или «Лирионас».

Кондитерская компания с прибалтийским флером в названии «Лирионас» появилась на самарском рынке в 1994 году и продолжает снабжать сладостями жителей региона и по сей

день. Впрочем, 2023 год оказался для бренда не самым удачным. Выручка оператора бизнеса компании «Лирионас» упала на 26%, до 269,4 млн рублей, прибыль с почти 33 млн до скромных 595 тыс.

На стратегическое предприятие региона «Самарский булочно-кондитерский комбинат» приезжал сам президент России Владимир Путин. Экскурсию по предприятию проводила одна из самых влиятельных женщин самарского бизнеса, глава компании Лидия Ерошина.

Торты, плюшки-ватрушки, пироги и множество сортов хлеба в упаковке с силуэтом склонившейся над тестом женщины и оранжевыми буквами СБКК знают и любят большинство самарцев.

МОЛОЧНЫЕ РЕКИ, ХЛЕБНЫЕ БЕРЕГА

Самарский бренд молочной продукции «Пестравка» знают далеко за пределами Самарской области — купить «молочку» с симпатичной коровой на

упаковке можно даже на Дальнем Востоке. И все же молоко, масло, сыры, йогурты, мороженое от «Пестравки» входят в список того, что нужно обязательно попробовать, побывав в регионе.

На протяжении многих лет «лицом» бренда оставалась корова в шляпе и платье в горошек. «Несколько веков именно корова на Руси в селах воспринималась как кормилица. Она — символ доброты, заботы, щедрости», — объяснял «ДЕЛУ» директор Пестравского маслозавода Николай Астафуров.

Еще один региональный бренд, проверенный годами, «Тольяттимолоко». Упитанный кот с огромной кружкой молока давно стал узнаваемым символом местной «молочки».

Классику самарских молочных продуктов представляет еще один завод, созданный во времена Советского Союза, — «Елховская марка». В ассортименте — молоко, масло, кефир, сметана и многое другое, включая сладкие сырки.

Родом из Тольятти еще один узнаваемый и вкусный бренд региона — «Край Каравай», близкий к семье экс-мэра Автограда Николая Ренца. Предприятие выпускает преимущественно хлеб, а также не нуждающиеся в представлении для жителей Самарской области сушки «Тольяттинские», которые уже, по сути, стали самостоятельным региональным брендом. Основной логотип компании — оранжевый каравай, однако в 2019 году был проведен ребрендинг. По соседству с караваем поселилась «птичка».

«Все картинки индивидуально подобраны под конкретный вид хлеба. Например, кусочек нарезного с вареньем наглядно демонстрирует аппетитный завтрак, а деревянная плешка с белой мукой иллюстрирует классику приготовления белого хлеба», — рассказывали в брендинговом агентстве Depot.

Летом 2024 года у «Края Каравая» вышла новая линейка хлеба для ЗОЖ. «Героиня нового дизайна упаковки — девушка, которая ведет активный образ жизни. Она успевает гулять с собакой, заниматься спортом и кататься на велосипеде — все то, что чаще всего делает целевая аудитория новой линейки товара», — отметили в Depot. **D**

— Надежда Галимуллина

ПОКУПАТЕЛИ УДИВЛЯЮТСЯ,
ЧТО ИЗВЕСТНЫЙ БРЕНД
«КУХМАСТЕР» — САМАРСКИЙ

САМАРСКИЙ «ЭКОПРОДУКТ»

Как одно из крупнейших агропредприятий региона сохраняет самарский бренд как знак качества в непростые времена

Животноводческий комплекс СХП «Экопродукт» работает в регионе уже больше 10 лет. Помимо производства

молока «Экопродукт» самостоятельно возделывает 6 тыс. гектаров земли, выращивая кормовые культуры: кукурузу, ячмень, многолетние травы.

С января 2021 года «Экопродукт» занял одно из первых мест в России по качеству молока, содержанию соматических клеток и бактериальной обсемененности. Тогда же компания привлекла внимание иностранных инвесторов. В августе 2022 года «Экопродукт» перешел под контроль европейской агрокорпорации. О том, как ведут агробизнес иностранцы в России и что позволяет оставаться «Экопродукту» именно самарским брендом, «ДЕЛУ» рассказал директор предприятия Михаил Фаерман.

— Смена собственников прошла на «Экопродукте» в непростые времена. Изменилась ли политика компании в отношении региона после перехода под контроль европейской корпорации?

— Мы ни дня не переставали быть самарской компанией, всегда работающей на благо Самарской области. Владельцы лояльны и к России, и к российскому рынку. Они придерживаются курса развития бизнеса. Поэтому мы продолжаем расти и показывать высокие результаты. Отношение к СХП «Экопродукт» — как к бизнесу, который работает. Это курс на стабильный рост и развитие. Мы находимся в постоянном контакте с собственниками. Как опытные участники рынка, они дают нам советы, учат, делятся секретами и нюансами работы. С учетом того, что основной курс сейчас на сохранение и развитие, принято решение не начислять дивиденды собственнику, а вкладывать в российские предприятия.

— Каковы итоги 2023 года для СХП «Экопродукт»?

— Мы сработали в 2023 году неплохо. Несмотря на то, что растут затраты,

Фото: Игорь Горшков



есть сложности с запчастями для техники, приходится долго ждать поставок, мы смогли показать небольшой рост к предыдущему периоду, сработав с максимальным финансовым результатом за 11 лет — выручка составила порядка 500 млн рублей.

Удалось нарастить продуктивность производства до 35 литров на одну дойную корову. Это хороший показатель. Кроме того, в декабре 2023 года СХП «Экопродукт» было названо в числе лучших поставщиков Health&Nutrition (бывший Danone). На всех предприятиях-поставщиках был проведен обширный аудит, проверялась работа по множеству параметров. В их число входят, например, качество, чистота молока, содержание жира и белка. Оценивается и состояние производства. Европейские корни предприятия обязывают учитывать все, вплоть до комфорта коров — важно, чтобы животные не испытывали страданий. В августе 2024 года мы продлили контракт и остались основными поставщиками предприятия.

— Планируется ли реализация собственных инвестпроектов предприятия в ближайшие годы?

— Сейчас не модно хвалить правительство, тем не менее Самарская область оказывает нам постоянное внимание и поддержку, субсидирует наше производство. Выделяются субсидии на спермодозы, на обновление техники, на дополнительные объемы молока. Все эти средства мы используем по назначению, постоянно инвестируя в развитие. Используем и собственные средства. Каждый рубль идет на развитие предприятия — это наш принцип. Постепенно обновляем парк техники. В 2024 году закупили новые комбайны, жатки, тракторы. По итогам года, думаю, объем инвестиций в технологическое оснащение составит порядка 50 млн рублей. В долгосрочной перспективе планируем строительство нового коровника. Инвестиционный проект рассчитан на ближайшие три-четыре года. Его реализация позволит дать Самарской области еще больше высококачественного молока. **D**

PRO-КОРМА

Под брендом Самарского комбикормового завода налажено единственное в регионе масштабное производство комбикормов



С запуском современного модернизированного производства Самарского комбикормового завода

региональные сельхозпроизводители обеспечены качественными комбикормами самарского производства. Продукцию, маркированную зелено-оранжевым знаком «СКЗ», закупают крупные птицеводческие и животноводческие комплексы, фермерские хозяйства, личные подворья.

Ранее комбикорма в Самарскую область завозили из других регионов, что приводило к росту затрат на содержание животных и домашней птицы. Теперь самарские птицеводы и животноводы избавлены от лишних издержек, а высокие мощности и логистические возможности Самарского комбикормового завода уже сделали узнаваемым торговую марку «СКЗ» в соседних регионах и за рубежом.

У реки

Самарский комбикормовый завод почти 90 лет назад стал пионером отрасли в стране и до сих пор остается единственным в Самарской области предприятием подобного формата и масштаба.

В начале 30-х годов XX века у самого устья реки Самары, рядом с элеватором 1916 года, построенным в стиле ампира по проекту инженера Петрова (ставшим памятником архитектуры федерального значения), приступили к возведению комбикормового завода. Однако построили его уже не в Самаре, а в Куйбышеве. По данным, хранящимся в Центральном



Фото: «СКЗ»



Фото: «СКЗ»

НА ПРОКОРМ

Характеристики Самарского комбикормового завода

до **20**
ТОНН/Ч
Производительность

24
ТЫС. ТОНН
Складские мощности

3
ТЫС. ТОНН/МЕСЯЦ
Объем отгружаемой продукции

Источник — данные компании

государственном архиве Самарской области, строительство завода было закончено 15 декабря 1935 года, а в число действующих предприятий он вступил еще спустя месяц, в 1936 году.

Куйбышевский комбикормовый завод производил комбинированные корма на базе зернофуража, отрубей и отходов пищевой и сельскохозяйственной промышленности. Мощность производства в 1935 году составляла 150 тонн в сутки.

Производственный подъем

В 1978 году Куйбышевский комбикормовый завод пережил второе рождение. Трест «Промстрой» по новейшим технологиям провел капитальную реконструкцию завода, во многих источниках ее называют строительством на старом месте нового предприятия.

Мощность завода тогда составляла 630 тонн комбикормов в сутки.

С развалом Советского Союза в упадок пришли многие отрасли народного хозяйства огромной страны. Комбикормовая промышленность не стала исключением. Куйбышевский комбикормовый завод к тому времени снова стал самарским и перешел под контроль частных инвесторов.

В 2008 году собственники предприятия провели первую модернизацию Самарского комбикормового, работающего под маркой «СКЗ». Завод получил немецкое оборудование. Предприятие несколько раз пытались признать банкротом, но Самарский комбикормовый завод пережил трудные времена и продолжил работать.

В 2020 году завод снова пережил открытие. О нем тогда писали, как о крупнейшем про-

МЕДАЛИСТ

Всего за один год Самарский комбикормовый завод был удостоен четырех престижных наград

2020 год

🏆 Золотая медаль на XXII Поволжской агровыставке

🏆 Серебряная медаль на выставке «Золотая осень», г. Москва

2021 год

🏆 Серебряная медаль и диплом на XXIII Поволжской агровыставке

🏆 Золотая медаль на выставке «Золотая осень», г. Москва

2023 год

🏆 Золотая медаль на XXV Поволжской агровыставке

🏆 Золотая медаль на выставке «Золотая осень», г. Москва

🏆 Серебряная медаль на выставке «Золотая осень», г. Москва

🏆 Бронзовая медаль на выставке «Золотая осень», г. Москва

Источник — данные компании



Фото: «СКЗ»



изводстве комбикормов региона. Эксперты отрасли ответили заводу, укомплектованному автоматизированными производственными линиями, располагающему развитой инфраструктурой и высокими логистическими воз-

Комментарий



**ЮРИЙ
НИКОЛАЕВ,**

*исполнительный директор
ООО «Самарский
комбикормовый завод»*

НАКОРМИМ ВСЕХ

Рынок сбыта нашей продукции не ограничивается Самарской областью. Мы уже поставляем наши комбикорма в Ульяновскую область. В ближайшее время планируем начать отгрузку в Саратовскую, Оренбургскую области. Конечно, будем развивать и местный рынок. В сентябре 2024 года вышли на рынок Казахстана. Экспортировали первые 60 тонн комбикормов для птицы. Это была пробная партия, сейчас изучаем дальнейшие перспективы развития сотрудничества.

можностями, ведущую роль в обеспечении региона комбикормами. В 2021 году на заводе провели дополнительную модернизацию, учитывающую современные потребности клиентов компании. Как рассказывает «ДЕЛУ» исполнительный директор Самарского комбикормового завода Юрий Николаев, на заводе заменили линии дробления и гранулирования, запустили линию напыления масел. «Под нужды завода создано специальное программное обеспечение, позволяющее управлять всеми процессами в автоматическом режиме», — не без гордости говорит Юрий Николаев.

Питательная среда

Сегодня Самарский комбикормовый завод обладает собственной современной лабораторией, оборудованием Amandus Kahl (Hamburg, Germany) и «Технэкс» (Россия), способным выпускать 20 тонн кормов в час. Складские мощности позволяют хранить 2,4 тыс. тонн рассыпных кормов и 300 тонн тарированных кормов.

Завод стабильно производит более 3 тыс. тонн высококачественных готовых комбикормов в месяц и отгружает их своим потребителям. В номенклатуре продукции есть корма для свиней, КРС, различной птицы, кроли-

ков. Продукция производится под заказ, по утвержденным рецептам. В точках реализации комбикорма Самарского комбикормового завода легко узнать по ярким оранжево-зеленым мешкам.

Крупнейшими клиентами завода стали свиноподкомплекс «Кировский», ООО «Радна» (работающие в Самарской области) и предприятие «Р.О.С. Бекон» из Ульяновской области. В сентябре 2024 года продукция завода нашла своего покупателя в соседнем Казахстане. При этом старейший в Поволжье элеватор, ставший неотъемлемой частью Самарского комбикормового завода, располагает возможностью хранить одновременно до 40 тыс. тонн зерна. Преимуществом элеватора является его возможность отгружать зерновые на водный транспорт. За 2023 год таким способом отгружено чуть менее 120 тыс. тонн. В текущем году темпы отгрузки не уменьшаются. Пути дальнейшего развития подсказывают история предприятия и само место его расположения. «Планируем увеличение объемов отгрузки зерновых на воду, — делится с «ДЕЛУ» планами Юрий Николаев, — также среди целей на ближайшее время — увеличение объемов производимой продукции, в том числе и на экспорт». **D**

Фото: «Самарское обозрение»

ВСЕ МЫ СОБРАЛИСЬ

Грушинский фестиваль собирает в Самарской области туристов уже 50 лет



Туриндустрия

НЕЗАБЫВАЕМЫЕ

ПОД КАКИМИ САМАРСКИМИ БРЕНДАМИ ПРОДАЮТСЯ САМЫЕ ЯРКИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

В последние годы Самарская область активно развивается как туристический регион. Только в I полугодии 2024 года число гостей, посетивших область, выросло на 41,1%, до 2,36 млн человек.

Немалый вклад в туристический поток вносит событийный туризм. Что привлекают туристы, покупая поездку в Самарскую область?

Одним из главных культурных брендов Самарской области можно назвать Грушинский фестиваль. Он был основан в 1968 году в память о молодом студенте, увлеченном туризмом и бардовской песней, Валерии Грушине, погибшем в 22 года, спасая тонущих детей. «Груша» — это самарский бренд, сформировавший «культурный код» для многих поколений.

«Грушинский фестиваль с богатейшей историей и традициями, ставший меккой

музыкальной культуры Поволжья, глубоко пророс в жизнь Самарской области — стал узнаваемым брендом не только на местном, но и федеральном и даже международном уровнях. Тот случай, когда «зачетка работает на тебя» и для формирования устойчивого образа в сознании масс требуется только инвентаризация времени от времени подходов к продвижению фестиваля, актуальных времени», — рассказывает замгендиректора КГ «Полилог» по PR Надежда Первова.

Другой уже узнаваемый культурный самарский бренд — «ВолгаФест» моложе «Груши» почти на полвека, но под брендом «ВолгаФеста» — фестиваля волжских набережных — на неделю знаменитая набережная Самары становится особым пространством.

«Молодые «площадки» самарского событийного туризма, такие как «ВолгаФест», пока сталкиваются с трудностями «пубертатного периода». Они решают важную задачу — возможность увидеть

регион с нового ракурса и подсветить его творческие ресурсы. От года к году виден рост в турпотоке и охвате аудитории этих брендов, при этом узнаваемость их в широком смысле еще низкая», — считает Надежда Первова.

Полноценным туристическим брендом Самарской области стало Ширяево. Село расположено в живописном месте волжского берега, и там есть на что посмотреть и где погулять: дом-музей Ильи Репина, ширяевские штольни, величественные горы, обновленная набережная. С 1999 по 2015 год здесь проходила Ширяевская биеннале современного искусства, а в 2000 году по приглашению музейных работников приезжал президент РФ Владимир Путин.

Поклонникам экотуризма в целом есть на что посмотреть в Самарской области. Не зря министерство туризма в числе наиболее посещаемых мест в I полугодии 2024 года назвало национальный парк «Самарская Лука», очертания

которого легли в основу знака «Самарский продукт», Жигулевский государственный природный биосферный заповедник им. И.И. Спрыгина и Рачейский бор в Сызранском районе.

СИНЕРГИЯ БРЕНДА

Зачем нужны региональные бренды? На эмоциональном уровне — это просто приятно. Идет ли речь о самых вкусных пирогах, которые оценил друг, приехавший на выходные из соседнего региона, или о запуске ракеты в космос — успехи малой родины греют душу.

Однако, по мнению экспертов, известность региональных брендов дает немалый бонус к инвестиционной и туристической привлекательности территории. Причем вне зависимости от сектора, в котором работает компания.

Если, например, «вайб» исторического центра Самары или реликтовый Рачейский бор под Сызранью сами по себе могут стать поводом приехать в регион, то другие, например «Жигулевское пиво» или модная футболка, прославляющая Волгу, помогут составить приятное впечатление о нем, которое можно увезти домой.

«Бренды создают узнаваемость Самарской области, повышают доверие туристов и способствуют увеличению турпотока, что положительно сказывается на экономике региона и его имидже», — считают в правительстве Самарской области.

Среди ярких товаров, работающих на эту цель, в правительстве региона называют, например, конфеты. «Они знамениты по всей стране и даже за ее пределами. Особая гордость — «Помадка», вкус которой многим знаком с детства. Знаменитое самарское «Жигулевское» — свежайшее, настоящее, прямо с завода, с сочными волжскими раками — классика для жителей и гостей региона», — рассказали в правительстве.

Представители региональных властей отмечают, что полноценным региональным брендом стал образ ракеты. «Самара получила статус «космической столицы» благодаря достижениям самарских ученых, конструкторов, инженеров и простых рабочих. В Самаре находится единственная вертикально установленная ракетаноситель в собранном виде. Миниатюры ракет, брелоки, космическая еда и другие сувениры раскрывают тему космоса в Самаре и востребованы у туристов», — рассказали в пресс-службе минтуризма.

«Создавать точки притяжения, которые привлекают в регион туристов и инвестиции, сегодня — программа-минимум

Фото: olya.pexels



БРОСКИЙ АУТФИТ

ДИЗАЙНЕРЫ, КОЛЛАБЫ, ПРОИЗВОДСТВА: САМАРСКАЯ МОДА НА МИРОВЫХ РЫНКАХ И В ЖИГУЛЕВСКИХ ГОРАХ

Немногие любители модной одежды не только в России, но даже и в Самарской области знают, что известный фэшн-бренд LIMÉ, представленный практически в каждом крупном городе России, в столице Белоруссии Минске и даже ОАЭ, основан именно в Самаре. Бренд одежды и аксессуаров для всей семьи стал в считанные годы по-настоящему федеральным. О том, как стремительно растущий LIMÉ добился таких результатов, рассказывает журнал «ДЕЛО» на стр. 46.

Один из самых атмосферных молодых брендов одежды в Самарском регионе сегодня — «Волга Мама». Он был создан еще в 2012 году самарскими предпринимателями Андреем Комзовым, Ильей Угрюмовым и Василием Румянцевым. Оператором компании выступает ИП Андрей Комзов. Финансовые показатели ИП не раскрываются.

Программист по образованию, самарчанка Мария Горячева, продвигающая свою фэшн-продукцию под брендом Masha Goryacheva, начала путь в сфере моды еще в 2007 году, открыв сеть бутиков под названием Dolls&Dollars. С 2011 года сеть перешла под собственное имя основательницы. «Masha Goryacheva — женственный total look», — позиционирует бренд сама Горячева. Оператором магазинов выступает ИП Мария Горячева.

для любого субъекта РФ, стремящегося к развитию», — считает Надежда Первова.

«Залог успешности и долговечности регионального бренда, а значит, и гарантированного внимания аудитории — в прочности ассоциаций с территорией «рождения» бренда, — утверждает эксперт. — Если смысловая связь между продуктами/событиями и людьми настроена,

На динамичный фэшн-рынок стремятся сегодня многие самарские бизнес-энтузиасты, пытающиеся снискать славу местных «кутюрье». Среди них и бывшие студенты, и даже музыканты андеграунда.

Одна из любопытных историй связана, например, с тольяттинским предпринимателем Алексеем Пацаевым. В начале 2000-х поклонник Боба Марли создавал федеральную сеть по продаже «благовоний», потом ушел с головой в туманный мир ритмов регги и даба под творческим псевдонимом «Левша Пацан» и несколько лет назад получил широкую известность после выпуска музыкального альбома «Аквариум in Dub» в коллаборации со звездой русского рока Борисом Гребенщиковым (признан иноагентом) и основателем ямайского регги Ли «Скрэтчем» Перри.

В 2023 году совместно с дизайнером Надей Сердцевой вдохновленный своим музыкальным успехом Левша Пацан двинул на тучную фэшн-ниву, попытавшись брендировать свою линию мерча, «миксующую» волжский вайб с модными трендами: в продаже появились оригинальные рубашки-«жигуляйки» в авторском стиле «Волжский даб», спортивные костюмы и футболки в дизайне, навеянном музыканту растаманскими напевами. **D**

то такие бренды воспринимаются частью региона, а это всегда работает на привлечение интереса».

Многие бренды Самарской области прекрасно справляются с этой задачей. Кто встанет в один ряд с ними? Расскажет «ДЕЛО». **D**

— Надежда Галимуллина

ЗА РУЛЕМ — ВО ВСЕОРУЖИИ

Тренинг-центр «Самара» учит водителей справляться с нештатными ситуациями на дороге



В Самаре функционирует современный автодром, не имеющий аналогов в России

по технической оснащенности для тренировок по контраварийному и защитному вождению. Автодром оснащен разными видами механических и водных препятствий. Часть его территории покрыта специальным скользким покрытием с коэффициентом 0,05 (имитация льда), что позволяет круглогодично проводить обучение водителей, имитируя нештатные ситуации на дороге: занос, снос, экстренное торможение.

По словам руководителя Тренинг-центра «Самара» Виталия Семенычева, уроки вождения на этом автодроме научат справляться с экстремальной ситуацией и дадут водителю понимание того, как поведет себя его автомобиль в случае ее возникновения. Обучение доступно как индивидуально, в группе, так и в рамках корпоративного сотрудничества для сотрудников различных организаций. Клиентами автодрома стали компании «Транснефть», «Роснефть», «Россети», АвтоВАЗ и другие крупные предприятия.

Нелегко в учении — легко на трассе
Полезные навыки управления автомо-



Фото: Тренинг-центр «Самара»

ВИТАЛИЙ СЕМЕНЫЧЕВ,
руководитель Тренинг-центра «Самара»

билем на автодроме можно получить с помощью новых учебных модулей. Так, модуль «сдвигная платформа» инициирует «искусственный занос» автомобиля. В отличие от устаревших методов подготовки, когда водителя учат сна-

📍 ЗАВОДИ МОТОР

Направления подготовки в Тренинг-центре «Самара»

- » Начальная контраварийная подготовка
- » Контраварийная подготовка: «Интенсив», «Динамика»
- » Габаритная подготовка
- » Парковка
- » Городской тренинг
- » Защитное вождение

Источник: данные компании

чала занос создать, а потом из него выходить, на «сдвигной платформе» присутствует эффект неожиданности, что, как правило, соответствует реальной ситуации потери управляемости на дороге. Также здесь используются специальное скользкое покрытие и водные препятствия, что позволяет тренеру моделировать большое количество реальных ситуаций на безопасной для водителя и автомобиля скорости.

Еще один модуль — «Холм», который также оснащен скользкой поверхностью и внезапно появляющимися препятствиями с уклоном 9% и поворотом в конце спуска. Модуль предназначен для отработки навыков безопасного вождения и недопущения потери контроля над автомобилем при движении вверх или спуске с горы. Имитация возникновения неконтролируемого заноса и отработка действий при такой ситуации на дороге имеет преимущество перед другими методами проведения контраварийной подготовки. И это новшество для Самарской области. После прохождения тренингов по контраварийной подготовке водители получают не только навыки выхода из сложной ситуации на дороге, но и понимание того, как распознать потерю устойчивости на ранней стадии или вовсе предотвратить риск ее возникновения.

Создают условия

Автодром Тренинг-центра «Самара» построен по европейскому проекту учебным центром «Академия», являющимся самым крупным по количеству филиалов в России — их сейчас 40. На автодроме проходят любительские и профессиональные соревнования, в том числе чемпионат Поволжья по дрифту. О масштабности территории автодрома говорят цифры: его общая площадь — 8 га, длина трассы — более 2 км. В планах команды Тренинг-центра «Самара» — дальнейшее развитие и модификация автодрома. 📍



Фото: Тренинг-центр «Самара»

ГОРТЕНЗИИ «ЗАХВАТИЛИ» МИР

Бренд Садового центра Веры Глуховой создает красоту



С июля и до конца осени — особое время для ценителей красивого и здорового сада. Именно в

этот период цветет его королева — гортензия.

Многолетний опыт выращивания гортензий, широкая география поставок и собственный запатентованный сорт навсегда связали имя основателя Самарского питомника и Садового центра Веры Глуховой с цветущим кустарником, сделав его не только успешным брендом, но и неизменным гарантом качества.

«Самарская Лидия» меняет цвет

Сегодня питомник и Садовый центр насчитывают около 2,5 млн гортензий различных сортов и размеров: от черенков до 160-литровых контейнеров. 1,5 млн из них доступно для любителей садовой эстетики к приобретению. Уникальным сортом является «Самарская Лидия», которая представляет собой компактное растение, достигающее в высоту и ширину до 1,2 метра. «Самарская Лидия» отличается от других гортензий стеблями темно-красного цвета и темно-зелеными листьями. В начале цветения шапки соцветий

Фото: Вера Глухова



белые с зеленоватой верхушкой. В течение сезона соцветия окрашиваются в светло-розовый, затем становятся ярко-розовыми и, наконец, приобретают благородный рубиновый цвет. Активирует изменение цвета разница дневных и ночных температур. Метельчатая гортензия «Самарская Лидия» выведена французским питомником РЕНО (автор сорта — Жан Рено). Сорт зарегистрирован в 2018 году в России под названием «Самарская Лидия», во Франции — под названием Framboisine, что в переводе означает «малиновая».

Название сорта несет в себе имя сестры и компаньона Веры Глуховой — Лидии Сергеевой. Лидия Викторовна проработала в Садовом центре 16 лет и внесла значительный вклад в его развитие.

По мнению любителей и профессионалов зеленой отрасли, сорт гортензии «Самарская Лидия» задал тренд для новой группы метельчатых гортензий.

Самара стала на тысячи цветов краше

Вера Глухова не только реализует выращенную в собственном питомнике продукцию, но и часто дарит ее городу. В 2017 году в рамках масштабной

акции «Лидия» Вера Глухова подарила городу Самаре 5000 гортензий. Специалисты Садового центра и участники акции высадили их в 46 местах: на территории больниц, школ, храмов. Тогда в посадке участвовало более 700 человек. А совсем недавно на самарской набережной появилась табличка, посвященная благотворительному мероприятию Садового центра Веры Глуховой, состоявшемуся 13 июня 2023 года. По инициативе основателя Самарского питомника и Садового центра Веры Глуховой на самарской набережной было высажено 100 гортензий. И теперь эти красивые цветущие кустарники украшают клумбы на Полевом спуске у памятника Григорию Засекину.

«Данная акция — большой пример для других организаций, как создавать красоту для любимого города. Наша набережная с благоухающими цветами стала еще ярче. Я благодарен своим сотрудникам за поддержку инициативы, которые помогают ухаживать за высаженными ранее растениями, а Вере Викторовне спасибо за украшение общественных пространств», — сказал директор МАУ г.о. Самара «Самарская набережная» Артемий Анисимов. □

Комментарий



ВЕРА ГЛУХОВА,

основатель питомника и Садового центра Веры Глуховой

Гортензия — очень популярное растение, которое высаживают по всей стране и за ее пределами. Я и мои сотрудники с удовольствием дарим самарцам и гостям города гортензии, глядя на которые невозможно остаться равнодушным.

Реклама

ВЫШЛИ В РПЛ
«Акрон» взбудрил
футбольную
общественность,
вернув Тольятти
на карту элиты
российского футбола



Фото: пресс-служба ФК «Акрон»

Спорт

ЭТО ВСЁ — «АКРОН». ЭТО «АКРОН»

ТОЛЪЯТТИНСКИЙ КЛУБ ПИШЕТ НОВУЮ ГЛАВУ В ИСТОРИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ФУТБОЛА

Ф

утбола на стадионе «Солидарность Самара Арена» летом 2024 года стало вдвое больше. И «виновни-

ком» этого футбольного пиршества стал тольяттинский «Акрон», сумевший прорваться в элиту российского футбола. «Акрон» — это настоящее открытие и яркий пример того, как грамотный и профессиональный футбольный менеджер способен превратить провинциальную команду в «тигра» российского спорта, а клуб способен стать не только бездотационным и самокупаемым, но еще и приносить прибыль.

МОЛОДОЙ. ЗВОНКИЙ

Последние тридцать лет в Самарском регионе на вершине Олимпа пребывал единственный клуб — самарские

«Крылья Советов». Но с недавних пор у самарцев появился серьезный конкурент — тольяттинский «Акрон», основанный в 2018 году генеральным директором ГК «Акрон Холдинг» Павлом Морозовым. И если сперва тольяттинцы оставались в тени «Крыльев», то последние три года они стали заявлять о себе все громче и громче. А в июне 2024 года прогремели на всю футбольную страну, вытеснив из Премьер-лиги екатеринбургский «Урал», выиграв у него стыковые матчи и завоевав право выступать в высшем футбольном дивизионе страны.

Успех тольяттинцев не случаен — это результат кропотливой системной командной работы амбициозных людей, которых вовлекает в свою деятельность клуб как в спортивном, так и административном блоке. Именно таким образом появилась концепция «Молодой. Звонкий», а все действия и проекты реализуются согласно этому принципу.

Идея слогана родилась при изучении истории и культуры Тольятти. В клубе наткнулись на песню «Есть на Волге город» в исполнении Эдуарда Хилия. Директор по маркетингу и коммуникациям Евгений Попов зацепился за строчку: «Есть на Волге город молодой да звонкий, отовсюду виден там автозавод», и именно ее впоследствии использовали и в проморолике к сезону-2022/2023. Так родился «Молодой. Звонкий», который теперь везде — от клубного автобуса до термкружек.

Новичок РПЛ с самого первого дня начал демонстрировать намерение задержаться в лиге и составить серьезную конкуренцию коллегам по всем пунктам. Клуб стал вовлекать свою публику в различные активности. Свой позитивный опыт проведения для болельщиков Matchday клуб «Акрон» масштабировал и на «Солидарность Самара Арена». Площадку перед стадионом в день матча «акроновцы» наполняют яркими шоу и концертными

Фото: пресс-служба ФК «Акрон»

**«БОЛЕЕТ»
ФУТБОЛОМ**

В детстве бизнесмен гонял мяч по поселку Новосемейкино, а теперь развивает футбольную структуру «Акрона» в Самарской области



программами, расширяя свою аудиторию. В июле, перед стартом своего дебютного сезона в РПЛ, клуб презентовал песню, которая теперь звучит на всех домашних матчах тольяттинцев — это трек «Это всё «Акрон» («Э.В.А.»),

Комментарий

Фото: Игорь Горшков

**ПАВЕЛ
МОРОЗОВ,**

генеральный директор
ГК «Акрон Холдинг»,
владелец ФК «Акрон»

Рад, что нам удалось приятно удивить футбольную общественность. Обычно, когда команда из ФНЛ выбирается, условно говоря, в самый верх «футбольной пирамиды», ставить очень амбициозные задачи непросто. Но и неамбициозные задачи ставить — это не наш формат, и мы не привыкли к такому. Задача удержаться в РПЛ и «не вылететь» насколько амбициозна? Понятно, что первый сезон в Премьер-лиге станет для ФК «Акрон» очень непростым. Но мы надеемся, что ФНЛ навсегда останется в нашей доброй памяти и мы туда не вернемся. Впрочем, в новом сезоне мы хотим не только этого. В первую очередь мы должны показать хороший футбол и не разочаровать наших болельщиков. Пока задач достичь каких-то позиций в Премьер-лиге мы перед командой не ставили, главное — не только остаться там, но и выступить достойно. «Победа в каждой игре» — эти слова, как мантру, повторяют и тренер, и игроки. Так что задача у нас — выигрывать и прогрессировать по лиге, развивать клуб и команду.

записанный легендами SMM-рэпа тольяттинской группой «Золотые зубы». «Навсегда молодой — это мой цветущий город. А футбол — это страсть, для страсти не нужен повод. Лучший вид для меня — это на поле разметка. Лучший звук — это мяч, мяч, влетающий в сетку. И повтор любого гола, как будто вирусный ролик. Буква «А» на логотипе, играем за треугольник», — это слова из песни, под которую теперь выходят на «Солидарность Самара Арена» «красно-черные» (клубные цвета ФК «Акрон»). — Прим. ред.) в домашних играх футбольного клуба, владельцем которого подчеркивает, что «Акрон» представляет не только Тольятти, но и Самарский регион в целом.

Источники финансирования ФК «Акрон» — инвестиции основного акционера и президента клуба Павла Морозова. Но их все в большей степени дополняют отчисления самой Лиги, поступающие размеренно ежемесячно и также по итогам сезона: клубы, которые сохраняют место в РПЛ, могут рассчитывать на дополнительные деньги. «Наша задача как частного клуба — привлечь внешний капитал. И это не бюджет региона, а партнерство и наши коммерческие программы, в том числе билеты, мерч. Ранее порядка 90% инвестиций обеспечивали компании Павла Анатольевича (Морозова. — Прим. ред.), но сейчас у нас есть возможность эту долю снизить. Партнерство с компаниями, коммерческие контракты спонсоров и поступления от Лиги — это минимум 300 млн рублей. Дебют «Акрона» в РПЛ — шанс пополнить свой бюджет. Обязательные выплаты

от Лиги тем существеннее, чем успешнее выступления. И параллельно с этим возможность представить эксклюзивный продукт в неспортивной части», — отмечают в руководстве клуба.

Клуб использует креативные проекты не только потому, что «Молодой. Звонкий», а еще и потому, что заинтересован в бонусах от Лиги, которая в текущем сезоне утвердила новую модель распределения доходов и расходов. Если ранее клубы РПЛ получали вознаграждение от Лиги лишь за спортивные достижения, то сейчас среди прочего KPI (Key Performance Indicator — показатель достижения успеха в определенной деятельности или в достижении определенных целей. — Прим. ред.) подразумеваются поощрения и за неспортивные успехи. А в этой части учитываются в том числе активности в медиапространстве. В свете KPI Лиги «Акрон» пробует большие контентные форматы. Например, после выхода в РПЛ клуб опубликовал в соцсетях фильм о сезоне в первой лиге и стыковых матчах, а 14 августа презентовал сериал о дебютном сезоне — «Акрон» в РПЛ». И если первая серия вышла в соцсетях, то премьера второй прошла уже на большом экране кинотеатра. Причем показ состоялся в рамках встречи болельщиков и клуба, который

Комментарий

Фото: fcaakron.ru

**АЛЕКСЕЙ
ВЛАСОВ,**

генеральный директор ФК «Акрон»

Современные тенденции и весь мир таковы, что футбольные клубы конкурируют не столько за собственно болельщика, а сколько за время человека, за его досуг. Наша задача — разными способами привлекать к себе интерес на всех уровнях — и на региональном, и на федеральном. Соответственно, в этом направлении работа тоже выстраивается. К стати, согласно результатам исследований, сейчас тенденция к приверженности лишь одной команде меняется. Особенно у молодежи. Как правило, поклонники игровых видов спорта следят за 2-3 командами. И у нас есть планы по разным аудиториям, как географическим, так и возрастным, и по интересам, если можно так сказать, и в этом направлении будем работать в коммуникативном поле точно.

Комментарий

Фото: Игорь Горшков



ПАВЕЛ МОРОЗОВ,
генеральный директор
ГК «Акрон Холдинг»,
владелец ФК «Акрон»

Плох тот солдат, что не мечтает стать генералом. Мы не создавали клуб, чтобы бесконечно играть в ПФЛ или ФНЛ. И конечно, нам хотелось играть в РПЛ, и мы хотим бороться здесь за призовые места в будущем. Конечно же, мы хотим играть в Еврокубках, когда они вернутся в нашу страну. Меня спрашивают, устроит ли меня, если «Акрон» будет высоко в турнирной таблице, но будет играть в скучный футбол? Отвечаю банально: мне интересен результат через красивый футбол. Задачи перед каждым тренером и спортивным менеджментом, приходящими в наш клуб, едина: мы должны играть в красивый атакующий футбол, через владение мячом. Никогда не было и нет задачи, в какой бы лиге мы ни играли, даже в играх, где parking the bus приводил бы нас к лучшему результату, мы не «ставили автобус» (parking the bus – на футбольном сленге так называют сверхосторожную оборонительную тактику, игру на отбой, с минимальным владением мячом. — Прим. ред.).

представляли как игроки, пришедшие с семьями, так административный и тренерский штабы. Именно на этой встрече 13 сентября клуб презентовал своего звездного игрока — Артема Дзюбу, с которым подписал контракт в последний день трансферного окна.

Еще одной кадровой «находкой» Морозова при формировании струк-

турных подразделений клуба можно считать генерального директора клуба Алексея Власова. В 2021 году образовалась вакансия на должность руководителя Академии, и ее предложили Власову. Но тот отказался, так как получил предложение стать коммерческим директором московского ФК «Спартак». Однако довольно скоро пути «Акрона» и Власова все-таки пересеклись вновь: Алексей Борисович оставил должность в «Спартаке», а в «Акроне» в тот момент стала вакантной должность директора. «На самом деле решение принял без проблем, с радостью и большим удовольствием. В первую очередь в этом «виноваты» цели, амбиции и задачи, поставленные перед клубом. В том числе — быть хорошим активом в Тольятти и Самарской области. Задачи, которые собственник ставит перед клубом, очень подкупают и интересны. Так что с переездом из Москвы в Тольятти проблем не было», — вспоминает Алексей Власов, добавляя, что Первая лига, где тогда играл «Акрон», его вообще не смущала. «Здесь никаких сложностей не было — очень интересный вызов. «Акрон» — очень молодой клуб. И ФНЛ — это понятный и нормальный ход развития. А повышение в классе два года подряд говорило о том, что здесь изначально хотели сделать значимый проект. И в первом интервью «Самарскому обозрению» в 2021 году я сказал (можете проверить в архиве газеты): «У меня нет сомнений в том, что мы будем в РПЛ. Это вопрос времени». По его словам, клуб оценивает свою финансовую составляющую по отчетности, которую ежегодно публикует РФС,

и на ее основании можно говорить, что ФК «Акрон» — топ-3 снизу, с бюджетом больше 1 млрд рублей. Никаких денег Самарского региона в клубе нет. О чем неоднократно заявлял и продолжает заявлять владелец клуба. Причем, как оказалось, эта принципиальная позиция имеет под собой серьезное основание. Об этом стало известно на одной из встреч с журналистами. Морозову задали вопрос: считает ли он бюджетное финансирование в профессиональных футбольных клубах злом? Поразмыслив доли секунды, Павел Анатольевич ответил: «Без каких-либо комментариев — да».

ЗА УСПЕХОМ ЛИШЬ РАБОТА, ЭТО ВОВСЕ НЕ СЮРПРИЗ

Еще не так давно о тольяттинском бизнесмене Павле Морозове, владельце гигантского промышленного холдинга «Акрон Холдинг» с совокупным оборотом в сотни миллиардов рублей, не знала футбольная аудитория, а тем более не говорила. Несмотря на то, что в группу входит 31 промышленное предприятие отраслей машиностроения, нефтесервиса и металлургии, кабельно-проводникового и электротехнического направлений, 15 ломоперерабатывающих предприятий, 52 региона присутствия, а общий штат сотрудииков холдинга превышает 22 тысячи человек.

Павел Морозов родился в 1978 году в поселке Новосемейкино Куйбышевской (ныне Самарской) области. Получив юридическое образование, в 2000 году Морозов вместе с партнерами

ОСНОВНЫЕ ВЕХИ ФК «АКРОН»

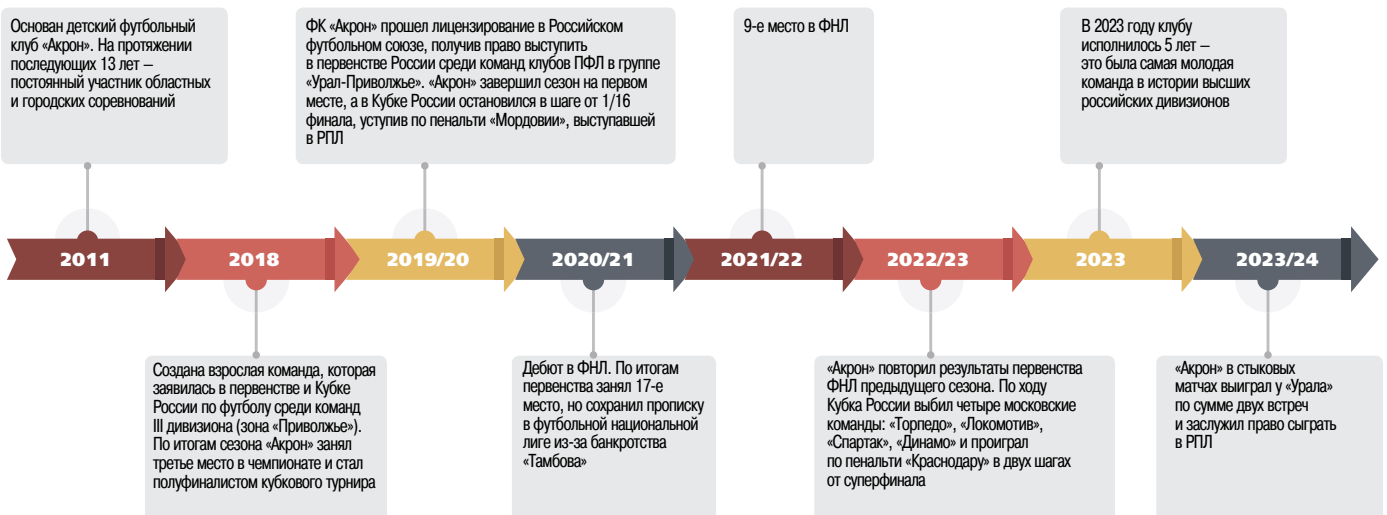


Фото: Игорь Горшков

**ТОЧКА РОСТА**

Практика «Ред Булл» позволяет развивать масштабную клубную сеть «Акрона» от детского до профессионального футбола

создал компанию «Акрон плюс», которая занималась сбором черного и цветного металла, а позднее стала основой «Акрон Холдинга», штаб-квартира которого базируется в Тольятти. В 2007 году Морозов объединил активы в холдинг и возглавил его.

Холдинг быстро внедрил новую коммуникационную стратегию, сделал акцент на прозрачности бизнес-процессов, социальной и экологической ответственности. В 2011 году Павел Морозов занялся благотворительностью. Открыл фонд «Полина», призванный помогать детям, попавшим в трудную жизненную ситуацию. В родном Новосемейкино основал детский футбольный клуб «Акрон», оснастил его необходимым современным оборудованием для тренировок и построил небольшой стадион. Именно с этого момента началось неуклонное

восхождение «Акрона» от детского футбола до профессионального. Увлечение Морозова футболом вышло на новый уровень, когда в 2018-м его команда-дебютант зоны «Приволжье» третьей лиги с ходу стала третьей. «Бронзовый» результат позволил клубу заявиться во второй дивизион, где он также в первом же сезоне стал победителем зоны «Урал-Приволжье» и тем самым вошел в состав участников Футбольной национальной лиги (ФНЛ).

В первой лиге «Акрон» играл три сезона и постепенно поднимался по турнирной таблице. По ходу этих сезонов в чемпионате ФНЛ Павел Морозов стал публичным лицом как владелец ФК «Акрон». И поводом для этого стало выступление тольяттинской команды как в ФНЛ, так и в Кубке России, где «Акрон» учинил несколько сенсаций. Например, весной 2023 года тольят-

тинцы выбили из турнира сразу троих фаворитов — «Локомотив», «Динамо» и «Спартак». А поймавших кураж тольяттинцев смог остановить «Краснодар», да и то по серии пенальти. Войдя в четверку лучших команд Кубка страны, «Акрон» впервые громко заявил о себе на федеральном уровне. И продолжает преподносить сюрпризы.

БУКВА «А» НА ЛОГОТИПЕ, ИГРАЕМ ЗА ТРЕУГОЛЬНИК

Лучше всего миссия и философия выражены в песне словами, которыми болельщики напутствуют в этом сезоне команду в домашних играх: «За успехом лишь работа, это вовсе не сюрприз. И наш стиль будет повсюду, как советский модернизм. На матче, как и в жизни, подниматься, не надеяться на фол. Тольятти, горы, кварталы и Волга — это мой дом. Во дворе или на стадионе больше, чем футбол. Стиль, комьюнити и будущее — это всё «Акрон».

После победы в Кубке России над «Локомотивом» Павел Морозов заявлял, что уверен в победе над следующим соперником. Такого принципа придерживаются все в офисе — уважение к сопернику присутствует, но нет никакой боязни, потому что акцент в первую очередь делается на своих действиях. Кстати, следующим соперником по Кубку тогда стало «Динамо», которое «Акрон» обыграл в послематчевых пенальти. Концепция клуба состоит в том, чтобы не столько добиваться сиюминутных результатов, сколько работать как полноценная система по подготовке футболистов высшего уровня. Для этого в клубе выстроена и функционирует вертикаль: футбольная школа «Акрон», «Акрон — Академия Коноплева», «Акрон-2» и «Акрон». «Безусловно, мы заинтересованы, чтобы футбол в регионе прогрессировал. Это будет возможным при функционировании двух профессиональных Академий хорошего уровня в регионе. Это будет своего рода «воронка», которая будет затягивать хороших ребят и растить высококлассных футболистов», — уверен Морозов.

В январе 2020 года в составе студентов московской бизнес-школы RMA Павел Морозов отправился на стажировку в клубы НХЛ, НБА и МЛС. Эта практика в том числе помогла учреди-

телю ФК «Акрон» сформировать видение идеальной системы работы клуба на примере лучших практик. Ориентиром в этом направлении, по словам учредителя ФК «Акрон», для него является концепция компании «Ред Булл». «На мой взгляд, эта система показывает свою эффективность не только в бизнесе, но и в спорте. Их подход, методология, которую мы видели, мне ближе всего. Я напомним, что «Ред Булл» владеет спортивными клубами, организует различные спортивные мероприятия. И наверняка всем известен такой ее спортивный проект, как одноименная команда в Формуле 1. Его амбассадорами являются известные на весь мир спортсмены различных видов спорта в широком диапазоне — от олимпийских до экстремальных. В его футбольную империю входят пять клубов: «Зальцбург», «Лиферинг», который является фарм-клубом «Зальцбурга», «РБ Нью-Йорк», «РБ Лейпциг», бразильский «РБ Брагантино», между которыми налажено четкое взаимодействие. На мой взгляд, эта идеальная система поможет построить клуб, который может бороться за высокие места. Да, «Ред Булл» никогда не выигрывал чемпионат Германии, но мне все равно нравится подход», — отметил Морозов.

Комментарий

Фото: пресс-служба ФК «Акрон»



ПАВЕЛ МОРОЗОВ,
генеральный директор
ГК «Акрон Холдинг»,
владелец ФК «Акрон»

Философия клуба — это футбольная пирамида. Мы хотим культивировать футбол в регионе, играть российскими футболистами, хотим играть жителями Самарской области и воспитанниками нашей Академии. Этому посвящена глобальная перестройка команды, которую мы ведем и инвестируем серьезные деньги. Уверен, «Акрон — Академия Коноплева» через пару лет будет одной из самых лучших Академий в стране. Я бы не сравнивал ее по площади с Академией Сергея Галицкого — онакратно меньше, но по наполнению и функционалу она точно будет не хуже. Часть нашей миссии в обозримом будущем, некоего нашего наследия — в том, чтобы как минимум половина игроков в «основе» была из собственной Академии.



Фото: пресс-служба ФК «Акрон»

ВДОХНОВИЛИСЬ «АКРОНОМ»

С созданием ПФК «Акрон» в Тольятти у воспитанников ДФК в Новосемейкино появилась новая мотивация

ЛУЧШИЙ ЗВУК — ЭТО МЯЧ, МЯЧ, ВЛЕТАЮЩИЙ В СЕТКУ

Первоначально детский футбольный клуб (ДФК) «Акрон» создавался как социальный проект. За годы успешного существования ДФК появились возможности для создания профессионального футбольного клуба для взрослых. По замыслу Морозова, это должно было привести к тому, чтобы перспективные ребята развивались в ДФК, а затем лучшие из них переходили в ФК «Акрон». Ему хотелось создать серьезную инфраструктуру для того, чтобы дети в Новосемейкино могли без проблем посещать футбольную секцию. До появления ДФК детей приходилось возить на тренировки в город. Но для работающих родителей, которых в поселке более 90%, это была большая проблема. Теперь в Новосемейкино круглогодично на постоянной основе занимаются более 150 юных футболистов. Причем тренируются не только местные дети в возрасте от 5 до 16 лет, а также из Самары и Тольятти. Команда ДФК «Акрон» стабильно и успешно выступает на российских, областных и городских соревнованиях.

Помимо ДФК в Новосемейкино ФК «Акрон» активно продвигает со-



Фото: пресс-служба ФК «Акрон»

ПОЧЕМУ «АКРОН»?

На протяжении многих лет «Акрон» сопровождает красивые истории, связанные с его появлением. Одна из них — это история такой промышленный город в Соединенных Штатах. Но, как утверждает Павел Морозов, название родилось спонтанно. Это просто слово, появившееся в ходе собрания партнеров, когда решался вопрос, как именно назвать первое юридическое лицо будущего холдинга. И в процессе обсуждения у кого-то родилось слово «Акрон». Его задействовали, и вскоре оно уже зажило собственной жизнью, распространяясь на все новые проекты и программы холдинга.

Фото: пресс-служба ФК «Акрон»

**ПРИБОРЕЛИ ЗВЕЗДУ**

Контракт до конца футбольного сезона-2024/2025 с Артемом Дзюбой — один из самых громких летних трансферов РПЛ

циальные проекты, которые в целом занимают важное место в деятельности клуба. На протяжении последних четырех лет «акроновцы» провели множество акций в этой сфере: организовали сбор книг для сельской местности, сбор одежды для малоимущих и нуждающихся, сборы кормов для животных. И если в первых двух акциях участвовали только игроки и представители клуба, то в сбор кормов для приютов уже вовлекались и болельщики. В поле зрения клуба попал и реабилитационный центр для сирот «Гармония», ставший давним партнером «Акрона». Двум детским учреждениям для детей без родителей и центру для детей с ДЦП клуб передал спортивный инвентарь и сладкие подарки от игроков и болельщиков, а также провел праздничные мероприятия. А в марте 2024 года запустил цикл занятий для старшего поколения, для которого проводят тренировки тренеры ОФП из футбольного клуба и «Акрон — Академии Коноплева».

Продолжая вектор социальной спортивной деятельности, предприятие Морозова расширяет границы. Одним из недавних ярких проектов стало приобретение заброшенного стадиона «Энергия», расположенного рядом с заводом «Электроштит». На спортобъекте перестелили поле 105х68 метров с искусственным покрытием, привели в порядок забор, облагородили территорию, обустроили парковки и запроектировали манеж, строительство которого предусмотрено в перспективе, в 2024-2025 годах, а также капитальный ремонт всего трехэтажного здания физкультурно-оздоровительного комплекса: раздевалки для футболистов, фитнес-зал, волейбольный зал, гимнастический зал.

ПРИВЫКАЕТ ВОЛГА К НОВЫМ ИМЕНАМ

«Академия футбола им. Юрия Коноплева» в сентябре 2022 года сменила название и стала «Акрон — Академией Коноплева», а ее новый учредитель — ГК «Акрон Холдинг» развернул внутренние преобразования в структуре — в виде смены руководства, обновления учебного блока школы, разработки и внедрения единой методики подготовки игроков. Эти процессы стартовали благодаря подписанному в мае 2022 года концессионному соглашению между «Академией футбола им. Юрия Коноплева» и правительством Самарской области. Инвестиционный срок соглашения — четыре года, концессия рассчитана на 20 лет. По ее условиям инвестор вкладывает в развитие Академии 2,5 млрд рублей.

Подготовку собственных кадров «акроновцы» изначально считали приоритетом и всегда заявляли о намерении развивать это направление. Процесс отбора талантов и привлечения к тренировкам главной команды клуба не прекращается и напрямую связан с новой концепцией подготовки резерва «Акрона», а также философией самой Академии. По словам Морозова, с запуском Академии профессиональный футбол в нашей стране в перспективе качественно изменится в лучшую сторону. С того момента, как ГК «Акрон Холдинг» приступила к выполнению концессионного соглашения, в Академии началась большая активность в сфере строительства и произошли внутренние преобразования. Изменилась инфраструктура, появился главный тренер, которым стал известный специалист в юношеском футболе Игорь Родькин. Он отвечает за

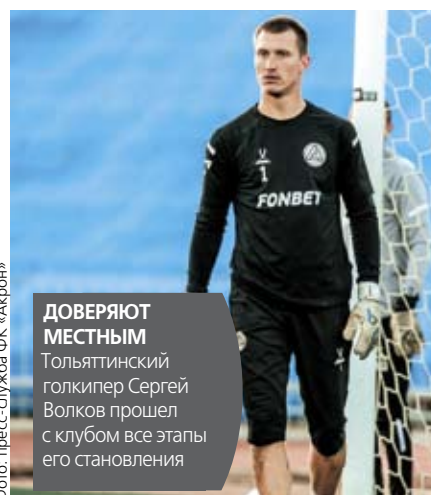
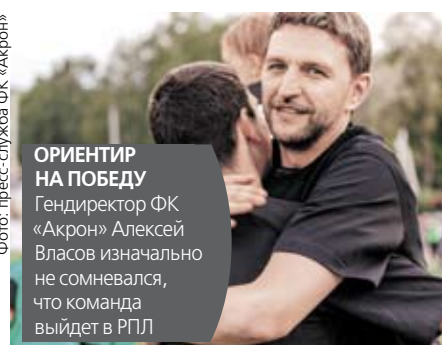


Фото: пресс-служба ФК «Акрон»

ДОВЕРЯЮТ МЕСТНЫМ

Тольяттинский голкипер Сергей Волков прошел с клубом все этапы его становления

Фото: пресс-служба ФК «Акрон»

**ОРИЕНТИР НА ПОБЕДУ**

Гендиректор ФК «Акрон» Алексей Власов изначально не сомневался, что команда выйдет в РПЛ

разработку и интеграцию единой спортивной методики подготовки игроков во всех возрастных группах обоих полов. В этой связи претерпел изменения тренерский состав, стал несколько иначе строиться тренировочный процесс. Уже успели построить стадион на 520 мест, получили на него сертификаты Российского футбольного союза, ведется постройка футбольного манежа. В спортивном интернате тренируются порядка 260 детей, из которых 130 живут на постоянной основе. В Академии 11 команд по возрастам от 8 до 19 лет, плюс женская команда. Игроки самого старшего возраста играют за «молодежку», после чего пополняют ряды «Акрона-2». Попадая в ближайший резерв команды мастеров, выпускники «академики» переходят на следующую ступень — профессиональный футбол. Ну а дальше вершина «пирамиды» — футбольный клуб «Акрон». Недавние «академики» Дмитрий Пестряков и Арсений Дмитриев дебютировали за основной состав и на слуху у болельщиков. На текущий момент примерно 85% состава клуба «Акрон-2», который выступает во второй лиге «Б», состоят из воспитанников Академии. По итогам трансферной кампании перед сезоном-2024/25 к «основе» присоединился воспитанник Академии и областного футбола Максим Кузьмин. По мнению гендиректора «Акрон — Академии Коноплева» Александра Помазана, применительно к «Акрону» больше подходит определение пирамиды с разными ступенями, чем вертикали. По факту в стратегическом развитии Академии футбольного клуба все филиалы — в Новосемейкино, Жигулевске, Тольятти, на Красной Глинке — являются базой, вокруг которой будет строиться вся селекционная модель Академии и футбольных клубов. **D**

— Ирина Зобнина

ЛЮДИ

КТО ЕСТЬ КТО. STORY

Самарский бренд LIMÉ появился в одном из крупных торгово-развлекательных комплексов Дубая Dubai Hills Mall, в ОАЭ планируются к открытию еще два магазина самарской торговой марки.

Story

РАСКРОИТЬ ХОХЛОВА

Как самарский владелец сети брендовых магазинов LIMÉ Дмитрий Хохлов накроил 21 млрд в год на опустевшем фэшн-рынке России

Всего за два года, 2022-й и 2023-й, 44-летний бизнесмен Дмитрий Хохлов усилил свою федеральную сеть магазинов женской одежды серий флагшипов «для всей семьи», площадью от 2 тысяч квадратных метров, дополнив ассортимент мужской, детской коллекцией и обувью. Почти в четыре (!) раза — с 555 млн рублей в 2021 году до 2,2 млрд в 2023-м — увеличилась чистая прибыль оператора сети, самарской компании «Стиль Трейд», которая нарастила выручку с 6,7 млрд в 2021-м до 20,7 млрд рублей в 2023 году.

Сегодня под родившимся всего несколько лет назад в Самаре брендом LIMÉ работают уже 82 магазина в 48 городах России — от Калининграда до Владивостока, и даже в столице Белоруссии Минске. Самарский LIMÉ сумел выйти даже на международный уровень: бренд появился в одном из крупных торгово-развлекательных комплексов Дубая Dubai Hills Mall, а в ОАЭ планируются к открытию еще два магазина самарской торговой марки.

Иначе как «взрывным» и «беспрецедентным» на российском фэшн-рынке рост LIMÉ эксперты не называют. Владелец бренда, однако, не спешит делиться со СМИ секретами успеха: несмотря на многочислен-

ные запросы, «ДЕЛУ» не удалось получить от самарского предпринимателя ни одного комментария о развитии своего бизнеса, а самарский офис многомиллиардной модной компании являет собой всего лишь обшарпанную закрытую дверь. Как скроена бизнес-модель Хохлова и возможно ли ее раскрыть?

КАК ZARA

«По результатам 2023 года суммарная стоимость брендов таких компаний, как Zara, H&M, Nike, Adidas, Puma, составила около 44% их выручки. Анализ динамики развития компании «Стиль Трейд» на фоне общих показателей отрасли позволяет оценить стоимость бренда LIMÉ примерно в 30% от годовой выручки. То есть около 6 млрд рублей», — поясняет «ДЕЛУ» директор оценочной компании «ЭКСО-Самара» Виктор Данько.

Зарубежные бренды модного масс-маркета были прямыми конкурентами LIMÉ. «LIMÉ выведен на один уровень узнаваемости с лидерами фаст-фэшн Zara и

другими марками испанского фэшн-гиганта «Индитекс», шведской H&M и многими другими», — утверждают в беседе с «ДЕЛОМ» российские эксперты рынка — модельеры и торговцы одеждой.

В 2022 году, с началом специальной военной операции на Украине, иностранные ритейлеры один за другим покидали российский рынок, высвобождая площади в торговых центрах и средства в кошельках покупателей. Компания Дмитрия Хохлова стала одним из новых якорных участников рынка фэшн-ритейла, восполняя потери владельцам торговых площадей и обеспечивая себе один из самых высоких темпов роста на российском рынке.

По оценке аналитического агентства FCG (Fashion Consulting Group), залогом успеха LIMÉ стала максимально быстрая реакция на изменение рынка — переход сети от формата «магазины для женщин» к формату «магазины для всей семьи».

«С начала 2023 года компания поэтапно заменяет магазины старого формата пространствами увеличенной площади, в

В 4 (!) РАЗА — ДО 2,2 МЛРД РУБ. ВЫРОСЛА ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ ОПЕРАТОРА СЕТИ ЗА ДВА ГОДА

LIMÉ ВЫВЕДЕН НА ОДИН УРОВЕНЬ УЗНАВАЕМОСТИ С ЛИДЕРАМИ
ФАСТ-ФЭШН ZARA И ДРУГИМИ МАРКАМИ ИСПАНСКОГО
ФЭШН-ГИГАНТА «ИНДИТЕКС»



Фото: lime-shop.com

которых представлены все три коллекции: женская, мужская и детская», — цитирует Forbes представителя пресс-офиса LIMÉ. От разговора с журналистами авторитетного издания Дмитрий Хохлов отказался, как и его топ-менеджеры.

«ДЕЛО» также не получило комментарии владельца LIMÉ о новом этапе развития его компании и бренда. «Я знаю ваш журнал. У вас хороший журнал, у нас хорошая компания. Более говорить о наших достижениях я ничего не хочу», — отрезал Хохлов в телефонном разговоре с «ДЕЛОМ» в далеком 2019 году, более на связь с журналистами издания он уже не выходил.

НЕ ПО-ФРАНЦУЗСКИ

«Это не по-французски, это не диакритический знак, это просто графический элемент торговой марки над буквой «Е» латиницы, читается как «Лайм», — рассказывал «ДЕЛУ» в 2019 году Антон Летушев, занимавший тогда пост исполнительного директора сети LIMÉ (в переводе с французского «напильник»).

Ничего европейского в одежде бренда не было и нет. Сегодня продукция LIMÉ отшивается на контрактных производствах, в основном в Китае, а начиналась сеть с поставок готовой одежды из Турции.

«Дмитрий Хохлов на старте своего бизнес-пути жил в Самаре где-то в районе Безымянки, на улице Победы, возил вещи из Турции, продавал на Ленинградке, потом этот рынок закрыли. После окончания университета он уже магазин свой открыл в торговом центре «Европа», на той же Ленинградской», — вспоминал в разговоре с «ДЕЛОМ» один из знакомых Хохлова по Самарскому институту управления. Дмитрий Хохлов окончил вуз в 2002 году.

Тогда в центре Самары открылся ТЦ «Европа», куда Хохлов перенес свой бизнес. Продавая под общим брендом «Турция» футболки, куртки, джинсы, Дмитрий Хохлов впервые задумался над собственным брендом, чтобы выделить свой магазин на фоне конкурентов. Так появился первый бренд под смешным названием Duman.

«Если честно, уже не помню, кто из нас рисовал этот бренд, но придумал его сам Диман (Дмитрий Хохлов. — Прим. ред.), он просто искажил свое имя, и получилось Duman. Заплатил он за него не больше тысячи рублей», — вспоминал в беседе с «ДЕЛОМ» один из самарских дизайнеров.

Одним названием магазина Дмитрий Хохлов не ограничился. Он замахнулся на создание брендовой одежды. Для начала на одной из турецких фабрик заказал брендованную коллекцию и привез в свой



Фото: соцсети

СКРОМНОСТЬ УКРАШАЕТ

Владелец LIMÉ Дмитрий Хохлов закрыт для журналистов

самарский магазин джинсы и футболки марки Duman, отнеся продукцию под собственной торговой маркой к более высокой ценовой категории в сравнении с конкурентами — соседями по галерее в торговом центре, оставшись при этом в сегменте масс-маркета.

Спустя три года, в 2005-м, открылся второй фирменный магазин Duman — в другом самарском торговом центре «Фрегат». Коллекции джинсовой одежды и сопутствующих товаров (головные уборы, аксессуары) разрабатывались турецкими дизайнерами и производились на турецкой фабрике под торговой маркой Дмитрия Хохлова. Марка пользовалась спросом, одежду Duman закупали у Хохлова оптом для продажи в мультибрендовых магазинах. Модные обозреватели самарских СМИ 2000-х годов называли Duman в своих обзорах не иначе как «вездесущим».

По воспоминаниям коллег, Дмитрий Хохлов даже устраивал модные показы для самарских продавцов и покупателей, демонстрируя новые коллекции. При этом никто не догадывался связать турецких производителей с самарским продавцом.

Операторами магазинов Duman были компании «Мода Арт» и «Логитекс». Первая принадлежала в равных долях Дмитрию Хохлову и Виталию Салахову (владельцу нескольких небольших торговых компаний). Собственником «Логитекса» Хохлов высту-

пил единолично. Финансовые показатели компаний не раскрывались. Фирмы проработали вплоть до 2009 года, когда Дмитрию Хохлову стало явно тесно в Самаре.

СВЕЖИЙ ВКУС

К концу нулевых сегмент масс-маркета в самарских торговых центрах, как и по всей стране, представляли уже не турецкие, а европейские бренды, отшивающие одежду в странах Азии. В эту нишу перешел и Дмитрий Хохлов.

В 2008 году он зарегистрировал новую торговую марку — TM LIMÉ, и открыл свой первый небольшой фирменный магазин. В то время о собственных коллекциях марки речь не шла. Одежду просто брендовали на фабриках производителей. Расширяться LIMÉ начал с открытия магазина в крупном самарском ТЦ «Космопорт», где и сегодня работает одна из точек сети.

В начале 2010-х в компанию Хохлова влился бывший управленец известного самарского бизнесмена Александра Пахомова (компания «Торговое обслуживание» — оператор Троицкого рынка в Самаре) Антон Летушев.

За почти 15 лет развития сети LIMÉ Летушев был и генеральным, и исполнительным директором, и даже владельцем фирм-операторов бизнеса Хохлова.

В 2009 году на имя исполнительного директора сети магазинов «Лайм» Анто-

В САМАРЕ ДМИТРИЙ ХОХЛОВ ЖИЛ В РАЙОНЕ БЕЗЫМЯНКИ

на Летушева были зарегистрированы две фирмы по продаже женской одежды и аксессуаров в столице Башкирии Уфе — «Сервис-С» и «СМГ-Групп».

Компании проработали около двух лет, не раскрывая финансовой отчетности. В 2013 году оформленная на имя Антона Летушева компания по продаже женской одежды «Нова» показала выручку на уровне 32 млн рублей и сменила учредителя.

Новым владельцем «Новы» стала Галина Синденкова, по информации источников «ДЕЛА», финансист Хохлова. Сам основатель «Лайма» производил с ней рокировки в списках учредителей компаний сети.

Спустя год «Нова» показала выручку более 44 млн рублей и перестала существовать.

Относительно длительное время, не меняя руководителя и владельца, проработала компания «Глобал», оформленная на Галину Синденкову. Эта фирма с ежегодным оборотом от 5,5 млн до 18 млн рублей осуществляла бухгалтерское обслуживание компаний сети вплоть до 2017 года.

Бизнес расцветал всеми красками модных тканей. Всего семь организаций, близких к Дмитрию Хохлову и его сотрудникам, зарегистрированных до 2013 года и проработавших до 2014 года с одним видом деятельности (торговля одеждой, обувью и аксессуарами), накопили сети бизнесмена за три года более 980 млн (!) рублей оборота и порядка 40 млн рублей чистой прибыли.

Основной генерирующей выручку группы компаний до 2014 года была самарская «Монотекс», зарегистрированная на Антона Летушева. В 2011 году эта компания заработала более 40 млн рублей, в 2012-м выросла в 5,5 раза, продемонстрировав оборот на уровне более 223 млн рублей.

В 2013 году фирма показала двукратный рост, достигнув выручки более чем в 440 млн рублей. Остальные компании либо не раскрывали отчетность, либо зарабатывали от 10 млн до 80 млн рублей ежегодно. Примечательно, что все фирмы «Лайма», раскрывающие финансовые показатели с 2011 по 2014 год, приносили небольшую, но стабильную прибыль.

«В 2013 году было принято решение открыть офис в Москве», — немногословно прокомментировал Антон Летушев «ДЕЛУ» переломный момент в развитии сети. Тогда Дмитрий Хохлов перенес операционный офис в столицу, однако юриди-

Фото: Марина Ярцева



чески все компании группы остались по-прежнему в Самаре.

Сам Летушев оставался с группой Хохлова вплоть до августа 2024 года, до момента, когда его сменил на посту генерального директора работавший в компании с 2013 года Евгений Мاستюгин.

На своей странице в одной из социальных сетей Антон Летушев написал, что, будучи руководителем сети LIMÉ, он «сформулировал и реализовал стратегию развития бренда, занимался увеличением доли рынка бренда, обеспечивал выполнение плана продаж и показателя EBITDA бренда».

Также Летушев среди результатов своей работы назвал увеличение оборота марки по итогам 2022 года на 100%, 2023-го — 108%, запуск мужской и детской линеек, появление магазинов нового формата Family площадью до 3 тыс. кв. м.

Однако вернемся на 10 лет назад, в 2013 год, когда началась активная экспансия LIMÉ в торговые центры Москвы и других крупных городов России.

В МИР ПО НИТКЕ

Масштабную экспансию на рынке Дмитрий Хохлов начал с продажи франшизы LIMÉ. В 2013 году инвестиции в открытие типового магазина составляли, по словам самих франчайзи-партнеров компании, в среднем около 5 млн рублей. Срок окупаемости составлял семь месяцев, а проходимость — 4-5% от проходимости выбранного торгового центра.

Собеседник «ДЕЛА» утверждает, что спустя три года работы открытого по франшизе магазина LIMÉ оборот торговой точки превысил 30 млн рублей в год. Пиком продаж франшизы стал 2015 год. Тогда партнерам предлагалось работать под торговой маркой LIMÉ в трех форматах: гипер (А) — 350-500 кв. м, средний (В) — 250-350 кв. м, малый (С) — 150-250 кв. м.

Также с 2015 года группа Хохлова интенсивно развивает и направление онлайн-торговли. Тогда Летушев стал учредителем компании «Трейд онлайн», показавшей по итогам первого же неполного года работы выручку порядка 3 млн

рублей. В 2016 году доход компании составил 21,6 млн рублей, в 2017-м — 43 млн рублей, а в 2018 году сократился до 3,9 млн рублей. Спустя год фирма была ликвидирована.

В 2016 году у направления франчайзинга появился собственный оператор. По информации источников «ДЕЛА» в компании, им стала фирма «Мода Маркет», зарегистрированная в 2016 году на имя Антона Летушева также в Самаре. Выручка компании по итогам 2017 года составила 117 млн рублей при 16 млн чистой прибыли. В 2018 году «Мода Маркет» принесла 70,7 млн рублей оборота и сократила демонстрируемую прибыль до 7,5 млн.

Пандемия COVID-19 внесла коррективы в развитие сети, в том числе сказалась и на продаже франшизы. Локдаун сократил выручку и прибыль компании «Мода Маркет» в 2019 и 2020 годах. По итогам последнего «коронавирусного» 2020-го оборот фирмы составил 57 млн рублей при 5,2 млн чистой прибыли. Однако уже с 2021 года оператор торговли франшизой LIMÉ начал снова расти. Выручка выросла до почти 76 млн рублей, а прибыль по итогам года увеличилась вдвое.

В октябре 2022 года владелицей компании «Мода Маркет» стала 42-летняя уроженка Днепропетровской области Украины Валентина Тесля. До 2017 года собственником компании, как уже упоминалось выше, был Летушев, ему на смену пришел сам Дмитрий Хохлов. Что стояло за очередным перекраиванием состава учредителей компаний-операторов бизнеса Дмитрия Хохлова, не совсем ясно.

Но контроль над новым основным, генерирующим выручку предприятием — самарской компанией «Стиль Трейд» — Дмитрий Хохлов с 2017 года оставляет за собой.

В ОДИН КАРМАН

«Стиль Трейд» с 2016 года был оператором розничного сегмента LIMÉ. Компанию зарегистрировал в Самаре сам Дмитрий Хохлов, ее выручка поначалу составляла около 300 млн рублей в год. Чистая прибыль розницы исчислялась десятками миллионов рублей. Фирма ненадолго переоформлялась на Антона Летушева, затем вернулась к Хохлову.

Отметим, что сегодняшняя модель бизнеса Хохлова существенно отличается от условного «Лайма» образца 2010-х годов. До 2018 года работала целая сеть самарских юрлиц, разбитых по зонам ответственности. Так, оптовые поставки в собственную сеть и франчайзи-партнерам осуществлялись через несколько успешно работающих торговых фирм. Например, компания «Лидер Опт» с 2014 года до закрытия в 2016-м показывала ежегодный оборот на уровне 500 млн рублей.

Кроме того, с 2016 года действовала самарская компания «Модные системы», собственником которой также значился Антон Летушев. В первый же год работы компания отчиталась о почти 400 млн рублей выручки. То есть совокупный оборот оптового подразделения «Лайма» в 2016 году составил 900 млн рублей.

В 2017 году «Модные системы» также были перерегистрированы на имя Дмитрия Хохлова и отчитались о 2,2 млрд рублей выручки и 328,5 млн чистой прибыли.

«В 2018 году мы решили консолидировать активы путем объединения направлений бизнеса и слияния их в одно юридическое лицо», — рассказывал об управленческой модели «Лайма» исполнительный директор сети Антон Летушев в 2019 году «ДЕЛУ».

около 6
МЛРД РУБЛЕЙ
СОСТАВЛЯЕТ
СТОИМОСТЬ
БРЕНДА LIMÉ

Центром «кройки и шитья» бизнеса группы стала компания «Стиль Трейд». С 2019-го по 2023-й годовая чистая прибыль компании взлетела с 350 млн до 2,2 млрд рублей. Всего за пять последних лет работы «Стиль Трейд» отчитался о прибыли, превышающей 4,7 млрд (!) рублей.

Выручка компании в тот же период выросла с 4,5 млрд рублей в 2019 году до 20,7 млрд в 2023-м. Незначительное сокращение оборотов (с 4,55 млрд в 2019-м до 4,49 млрд в 2020-м) «Стиль Трейд» продемонстрировал лишь под давлением последствий локдауна во время пандемии COVID-19.

Феноменальный рост сеть LIMÉ и ее оператор «Стиль Трейд» показали в 2022-2023 годах. Как уже упоминалось выше, компания в этот период начала открывать торговые точки площадью от 2 тыс. кв. м и продавать одежду и обувь для всей семьи.

Сеть выросла практически вдвое, что соответствующим образом отразилось на финансовых показателях. Чистая прибыль «Стиль Трейда» практически удваивалась два года подряд — в 2022-м (с 555 млн до 1,4 млрд рублей) и в 2023 году (с 1,4 млрд до 2,2 млрд).

Интересно, что на фоне масштабирования бизнеса менять самарскую «прописку» своего дела Дмитрий Хохлов не стал. Хотя

подразделения «Стиль Трейда» работают в Москве, Казани и Рязани, а по адресу компании в Самаре можно найти только закрытую дверь в темном коридоре четырехэтажного офисного центра в промзоне, более 1,5 млрд налогов в 2022 году компания заплатила именно в Самарской области.

Де-юре расти LIMÉ также продолжает в Самаре. Здесь, на Московском шоссе, была зарегистрирована в сентябре 2023 года новая компания группы Хохлова — «Лайм кафе», 80% уставного капитала которой принадлежит Ирине Хохловой, супруге Дмитрия Хохлова, а еще 20% — его компании «Стиль Трейд».

НА ДЕСЕРТ

Первое кафе в магазине LIMÉ открылось 16 июля 2024 года в Москве, на территории мужского отдела в торговом центре «Павелецкая плаза».

Московские фэшн-журналисты рассказывали в соцсетях и на страницах модных изданий, что в кафе LIMÉ планируют менять меню каждый сезон и подавать десерты с напитками в цветах новых коллекций.

За концепцию заведения отвечает известная ресторанный группа, десерты разрабатывал модный шеф французской кондитерской, а интерьер — дорогое дизайнерское бюро.

Отметим, что брендовые кафе в массовом сегменте фэшн-рынка ранее российские компании не открывали. Дмитрий Хохлов встал в авангарде тренда.

Со своим брендом LIMÉ он стал и первопроходцем российских сетей на рынке ОАЭ, где, по информации специализированного издания Retailer.ru, готовятся к открытию два новых магазина Дмитрия Хохлова — в Дубае и в Абу-Даби. В планах выход LIMÉ и на соседний Катар.

Однако революционное, взрывное развитие не может продолжаться длительное время. На российском рынке в июне-августе 2024 года, по данным аналитиков рынка, обозначился тренд сокращения числа покупателей. Как утверждают в своем новом исследовании Fashion Consulting Group, россияне переходят с модной одежды на универсальную, которую можно долго носить.

Тем не менее обороты фэшн-магазинов выросли в 2024 году на 5%, по данным Focus Technologies, из-за увеличения среднего чека на 17%. Это означает, что эволюция самарского бренда LIMÉ продолжится, хотя, возможно, Дмитрию Хохлову придется снова перекраивать свой бизнес. **D**

— Марина Ярцева



91,5

BUSINESS

FM

первое деловое радио

РАДИО
ДЛЯ БИЗНЕСА
О БИЗНЕСЕ
ДЛЯ ВАС!

АВТОРСКИЕ
ПРОГРАММЫ
С УЧАСТИЕМ
ЭКСПЕРТОВ
ИЗ СФЕР
ЭКОНОМИКИ
И БИЗНЕСА



(846) 20-20-915
radio@fmsamara.ru

Самый высокий Affinity
на Бизнес-Аудиторию в Самаре
среди всех радиостанций,
по последним данным Mediascope.



Специальный вклад «Место рождения выгоды»

до **19,20%***

Успейте открыть
до 15 октября 2024 (вкл.)
по ставке в % годовых



ВКЛАДЫ



Наш вклад к вашему празднику

- Срок размещения вклада: 91, 180, 390 дней
- Минимальная сумма вклада: 10 000 руб.
- Выплата процентов: ежемесячно

* Указанная ставка рассчитана с учетом ежемесячной капитализации (присоединения к основной сумме вклада процентов по вкладу) при открытии вклада на срок 390 дней. Валюта вклада: рубли РФ. Срок 91, 180, 390 дней. Мин. сумма: 10 000 руб. Срок приема средств во вклад: по 15.10.2024 (вкл.). Ставки (в % годовых): при открытии вклада в офисе ВБРР - 17,25% на срок 91 день, 180 дней, 17,40% на срок 390 дней; в ВБРР онлайн (системе Дистанционного банковского обслуживания (ДБО) Банка «ВБРР» (АО)) - 17,45% на срок 91 день, 180 дней, 17,60% на срок 390 дней. Дополнительные взносы, расходные операции не предусмотрены; пролонгация автоматическая на условиях вклада «До востребования». Выплата процентов: ежемесячно, не позднее первого рабочего дня месяца, следующего за календарным месяцем начисления процентов, и в день окончания срока вклада одним из способов: путем присоединения к основной сумме вклада; путем зачисления на текущий / карточный счет вкладчика в банке. При досрочном истребовании вклада / его части на истребованную и неистребованную части начисляются проценты по ставке вклада «До востребования» согласно Тарифам на дату такого истребования, исходя из фактического срока нахождения средств на вкладе. Разница между процентами, ранее выплаченными в текущем сроке действия вклада, и процентами, подлежащими выплате в связи с досрочным истребованием вклада, удерживается из суммы вклада. Договор вклада расторгается. В случае досрочного истребования вклада / его части путем выплаты наличными средствами в кассе банка, за выдачу суммы вклада / его части, поступившей безналичным путем из других кредитных организаций со счетов юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на счет по вкладу / текущий / карточный счет вкладчика с последующим переводом этой суммы на счет по вкладу, взимается комиссия согласно Типовым тарифам на услуги Банка «ВБРР» (АО) по расчетно-кассовому обслуживанию счетов физических лиц - резидентов, нерезидентов в рублях РФ и иностранной валюте, в зависимости от срока нахождения денежных средств на указанных счетах, установленного указанными Типовыми тарифами. Изменение способа выплаты процентов – при подписании Дополнительного соглашения к Договору вклада в офисе банка. Банк вправе прекратить прием средств во вклад досрочно. Подробнее: www.vbrr.ru. Реклама.